

**HUBUNGAN MANAJEMEN KEUANGAN DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWA PROGRAM STUDI VOKASIONAL TATA
RIAS UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**



*Building
Future
Leaders*

RUTH OLIVIA

5535134174

**Skripsi Ini Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA RIAS
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2018**

LEMBAR PENGESAHAN


Telah membaca dan menyetujui

Nama Dosen


Tanda Tangan

Tanggal

Dr. Sitti Nursetiawati, M.Si
NIP. 19590902 198303 2 001
(Dosen Pembimbing Materi)


06/02/18

Dra. Lilis Jubaedah, M.Kes
NIP.19670929 199303 2 001
(Dosen Pembimbing Metodologi)


06/02/18

PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI

Nama Dosen

Tanda Tangan


Tanggal

Ketua Sidang
Nurul Hidayah, M.Pd
NIP. 19830927 200812 2 001

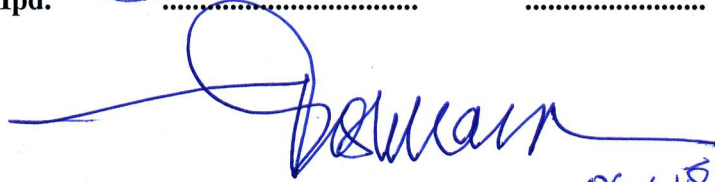


06/02/18

Penguji 1
Aniesa Puspa Arum, Mpd.
NIDN. 8821310016


06/02/18

Penguji 2
Dr. Dwi Atmanto, M.Si
NIP.19630521 198811 1 001

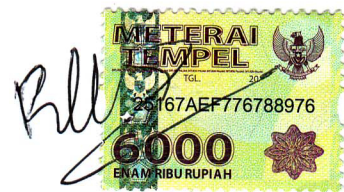

06/02/18

Tanggal Lulus : 31 Januari 2018

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa proposal skripsi dengan judul ***HUBUNGAN MANAJEMEN KEUANGAN DENGAN PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN VOKASIONAL TATA RIAS UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA*** merupakan karya tulis asli yang belum pernah ataupun tiruan yang diajukan sebagai persyaratan mendapat gelar sarjana, baik pada program studi Pendidikan Vokasional Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta maupun perguruan tinggi lainnya. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan hasil dari penelitian saya sendiri sebagai penulis dengan arahan dari dosen pembimbing.

Jakarta, 16 Januari 2018



Ruth Olivia
5535134174

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “Hubungan Manajemen Keuangan Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Vokasional Tata Rias Universitas Negeri Jakarta” tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penulisan proposal penelitian ini adalah untuk mempelajari cara pembuatan skripsi pada Universitas Negeri Jakarta dan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Program Studi Pendidikan Vokasional Tata Rias Universitas Negeri Jakarta.

Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil sehingga proposal penelitian ini dapat selesai. Ucapan terima kasih ini penulis tunjukkan kepada:

1. Dr. Sitti Nursetiawati, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing serta memberikan saran dalam pembuatan skripsi ini.
2. Dra. Lilis Jubaedah, M.Kes selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing serta memberikan saran dalam pembuatan skripsi ini.
3. Mama, Papa, Johanes, dan Yesica yang telah memberikan doa, dorongan dan semangat selama penyusunan skripsi ini.
4. Teman spesial saya Andri Pangidoan yang telah memberikan doa, dorongan dan semangat selama penyusunan skripsi ini.
5. Sahabat saya team patrun yaitu Ilmi Arsala, Mutiaraudah, Elita Johana, Meldyana, Nita Khaerani, Olga Fatimah, Rizka Fauziah, Amelia Pramadhany dan Jenifer Christi yang selalu memberikan dukungan, perhatian dan semangat kepada saya dalam membuat proposal penelitian ini.
6. Seluruh teman-teman pendidikan vokasional tata rias 2013 atas kebersamaan dan kebahagiaan selama perkuliahan serta bantuan dan dukungan atas pembuatan skripsi ini.
7. Para dosen Program Studi Pendidikan Vokasional Tata Rias Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta yang telah banyak membantu hal-hal akademik.

Jakarta, 16 Januari 2018

Ruth Olivia

ABSTRAK

Ruth Olivia, Hubungan Manajemen Keuangan dengan Perilaku Konsumtif Program Studi Pendidikan Vokasional Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta, 2018.
Dosen pembimbing: Dr. Sitti Nursetiawati, M.Si dan Dra. Lilis Jubaedah, M.Kes

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan manajemen keuangan dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa program studi Pendidikan Vokasional Tata Rias Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini adalah penelitian korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi Pendidikan Vokasional Tata Rias Universitas Negeri Jakarta angkatan 2013 dan 2014. Sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Pengambilan jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebesar 120 dengan taraf kesalahan 10% diperlukan sampel sejumlah 83. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner atau angket yang memuat seperangkat daftar pertanyaan tertulis yang harus diisi oleh responden. Hasil perhitungan persamaan regresi linear adalah: $Y = 9,560 + 0,872X$ persamaan garis regresi tersebut menandakan konstanta sebesar 9.560 yang berarti bahwa nilai konsisten variabel partisipasi sebesar 9.560 bahwa setiap penambahan sebesar 1% nilai manajemen keuangan, maka nilai perilaku konsumtif akan bertambah sebesar 0,872. Dari hasil perhitungan didapatkan nilai Kp sebesar 49,6% yang artinya manajemen keuangan terhadap perilaku konsumtif 49,6% dan 50,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor- faktor lainnya

Kata kunci: Manajemen keuangan, perilaku konsumtif

ABSTRACT

Ruth Olivia, The Correlation Between Financial Management to Consumption Behavior. Jakarta, Cosmetology Vocational Education, Faculty of Technic, State University of Jakarta, in 2018. Supervisor: Dr. Sitti Nursetiawati, M.Si dan Dra. Lilis Jubaedah, M.Kes

The aim to the research is try to know and analyse between financial management with behavior consumption among the students majors Beauty Health Study in Technic Faculty of the State University of Jakarta. This research is correlational research. Population in this research is student of study program Beauty Health Study in Technic Faculty of the State University of Jakarta generatin of 2013 and 2014. The sample in this research is purposive sampling. Sampling sample in this research is equal to 120 with error rate of 10% required 83 samples. Technique of collecting data in this research is using questionnaire or questionnaire that contains a set of questionnaires that should be filled by respondents. The result of calculation of linear regression equation is: $Y = 9,560 + 0,872X$ the equation of regression line signifies constant equal to 9,560 meaning that consistent value of participation variable equal to 9,560 that every addition of 1% financial management value, then consumptive behavior value will increase equal to 0,872. From the calculation results obtained Kp value of 49.6% which means that financial management behavior consumption 49.6% and 50.4% other influenced by other factors.

Keywords: Financial management, Consumption behavior

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR BAGAN DAN GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Pembatasan Masalah	4
1.4 Rumusan Masalah.....	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
 BAB II KAJIAN TEORETIK	
2.1 Deskripsi Konseptual	6
2.1.1 Manajemen Keuangan	6
2.1.1.1 Pengertian Manajemen Keuangan	6
2.1.1.2 Manajemen Keuangan Keluarga.....	8
2.1.1.3 APBRT	11
2.1.1.4 Tata Laksana Rumah Tangga	13
2.1.1.5 Manajemen Keuangan Pribadi.....	17
2.1.1.6 Perencanaan Keuangan	20
2.1.1.7 Pos-Pos Dalam Laporan Keuangan	22
2.1.2 Perilaku Konsumtif	24
2.1.2.1 Pengertian Perilaku Konsumtif.....	24
2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	27
2.1.2.3 Indikator Perilaku Konsumtif	29
2.1.2.4 Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif	30

2.1.2.5 Perilaku Konsumen Terhadap Kebutuhan	32
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan	34
2.3 Kerangka Teoritik	35
2.4 Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tujuan Penelitian.....	38
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
3.3 Metode Penelitian.....	38
3.4 Populasi dan Sampel.....	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5.1 Instrumen Variabel Perilaku Konsumtif.....	40
3.5.1.1 Definisi Konseptual.....	40
3.5.1.2 Definisi Operasional.....	41
3.5.1.3 Kisi-Kisi Instrumen.....	43
3.5.1.4 Jenis Instrumen.....	43
3.5.1.5 Pengujian Validitas dan Perhitungan Reliabilitas..	43
3.5.1.6 Hasil Pengujian Validitas dan Perhitungan Reliabilitas	45
3.5.2 Instrumen Variabel Manajemen Keuangan.....	46
3.5.2.1 Definisi Konseptual.....	46
3.5.2.2 Definisi Operasional.....	46
3.5.2.3 Kisi-Kisi Instrumen.....	46
3.5.2.4 Jenis Instrumen.....	48
3.5.2.5 Pengujian Validitas dan Perhitungan Reliabilitas..	48
3.5.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Perhitungan Reliabilitas	50
3.6 Teknik Analisis Data.....	50
3.6.1 Uji Persyaratan Analisis Data.....	51
3.6.1.1 Uji Normalitas	51
3.6.1.2 Uji Linearitas	52
3.6.2 Uji Hipotesis	53
3.6.2.1 Perhitungan Koefisien Korelasi	53
3.6.2.2 Uji Keberartian Koefisien Korelasi.....	54
3.7 Hipotesis Statistik.....	55
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Data.....	56
4.1.1 Gambaran Karakteristik Responden	56
4.1.2 Deskripsi Data Perilaku Konsumtif (Variabel Y)	58
4.1.3 Deskripsi Data Manajemen Keuangan (Variabel X) .	61
4.2 Pengujian Persyaratan Analisis Data	64
4.2.1 Uji Normalitas	64

4.2.2 Linearitas	65
4.3 Pengujian Hipotesis	66
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN	77
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	113

DAFTAR BAGAN DAN GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh laporan pemasukan dan pengeluaran.....	23
Bagan 2.2 Skema Kerangka Teoritik	36
Gambar 4.1 Uang saku atau pendapatan responden	57
Gambar 4.2 Tempat Responden Berbelanja	58
Gambar 4.3 Diagram Sebaran Frekuensi perilaku konsumtif.....	60
Gambar 4.4 Diagram Sebaran Frekuensi manajemen keuangan	63
Gambar 4.5 P-P plot.....	65

\

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Populasi dan Sampel	39
Tabel 3.2	Kisi-kisi instrument variabel Y	41
Tabel 3.3	Skala likert	43
Tabel 3.4	Interpretasi nilai reliabilitas	45
Tabel 3.5	Kisi-kisi instrument variabel X	47
Tabel 3.6	Interpretasi nilai reliabilitas	50
Tabel 4.1	Deskripsi data perilaku konsumtif	59
Tabel 4.2	Sebaran frekuensi perilaku konsumtif	59
Tabel 4.3	Perhitungan rata-rata per indikator perilaku konsumtif	61
Tabel 4.4	Deskripsi data manajemen keuangan	62
Tabel 4.5	Sebaran frekuensi manajemen keuangan	62
Tabel 4.6	Perhitungan skor rata-rata per indikator manajemen keuangan	64
Tabel 4.7	Kolmogorov smirnov	64
Tabel 4.8	Anova Table	66
Tabel 4.9	Correlatiom Test	67
Tabel 4.10	Analisis korelasi dan regresi manajemen keuangan dengan perilaku konsumtif	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian.....	77
Lampiran 2 Perhitungan Validitas Variabel Y.....	87
Lampiran 3 Perhitungan Validitas Variabel X.....	88
Lampiran 4 Uji Reliabilitas Variabel Y	89
Lampiran 5 Uji Reliabilitas Variabel X	90
Lampiran 6 Analisis Deskriptif.....	91
Lampiran 7 Perhitungan Normalitas	92
Lampiran 8 Perhitungan Linearitas.....	93
Lampiran 9 Proses Perhitungan Frekuensi Variabel Y (Perilaku Konsumtif)....	94
Lampiran 10 Proses Perhitungan Frekuensi Variabel X (Manajemen Keuangan)	95
Lampiran 11 Proses Perhitungan Rata-Rata Skor Total Per Variabel Y	96
Lampiran 12 Proses Perhitungan Rata-Rata Skor Total Per Variabel X	97
Lampiran 13 Perhitungan Koefisien Product Moment	98
Lampiran 14 Perhitungan Regresi Linear Sederhana	99
Lampiran 15 Persamaan Garis Linear.....	101
Lampiran 16 Perhitungan Koefisien Determinasi	102
Lampiran 17 Tabel distribusi r.....	103
Lampiran 18 Tabel Isaac dan Michael	104
Lampiran 19 Rata-rata perkapita konsumsi masyarakat.....	106
Lampiran 19 Surat Tugas.....	109
Lampiran 20 Surat Persetujuan Sempro	110
Lampiran 21 Surat Persetujuan Dosen Ahli.....	111
Lampiran 22 Surat Izin Penelitian	112

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini fenomena yang sering terjadi yaitu krisisnya eksistensi pada masyarakat khususnya dikalangan remaja. Remaja melakukan berbagai macam cara untuk menjadi bagian dari lingkungannya. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain menyebabkan remaja berusaha untuk membeli berbagai atribut yang sedang populer pada saat ini. Atribut yang digunakan pada remaja bermacam-macam mulai dari atribut yang digunakan dari kepala hingga kaki, contohnya pemakaian warna pada rambut, baju dengan berbagai macam model, celana jeans yang ketat dan megar, sepatu, dan berbagai macam alat kecantikan.

Menurut WHO dalam (Efendi dan Makhfudli, 2009:221) remaja didefinisikan sebagai masa peralihan dari masa kanak-kanak ke dewasa. Batasan usia remaja adalah 12-24 tahun. Namun jika pada usia remaja seseorang sudah menikah, maka ia tergolong pada dewasa dan bukan lagi remaja. Masa remaja merupakan masa kanak-kanak menuju usia dewasa yang mencari jati diri dan mengalami proses pembentukan pada perilakunya. Masa remaja sebagai periode yang penting yaitu perubahan-perubahan yang dialami oleh masa remaja akan memberikan dampak langsung pada individu yang bersangkutan dan akan mempengaruhi perkembangan selanjutnya. Para remaja berusaha menjadi pola diri yang ideal, hal tersebut mengakibatkan para remaja mudah terpengaruh oleh berbagai hal di sekelilingnya salah satunya adalah keluarga.

Peran keluarga sangat penting dalam pembentukan sikap dan perilaku seorang anak. Jika keluarga mengajarkan anak untuk menjalani hidup yang sederhana yaitu dengan pola hidup yang tidak boros, tidak hidup berfoya-foya dan tidak bergaya hidup mewah maka akan terbentuklah sikap yang sederhana pada seorang anak. Keluarga memiliki peran untuk menerapkan pola hidup yang sederhana dengan menasehati anak untuk hemat, cermat dalam membelanjakan uang pemberian orang tua. Sedangkan jika keluarga menerapkan pola hidup mewah yaitu dengan berbagai macam sikap pemborosan contohnya adalah dengan hidup yang berfoya-foya dengan menghabiskan uang yang berlebihan. Peran keluarga yang tidak mengajarkan anaknya untuk menabung dan tidak cermat dalam membelanjakan uangnya adalah salah satu contoh sikap dari manajemen keuangan yang buruk.

Menurut Purwita dan Hasanah (2015:1) manajemen keuangan merupakan manajemen terhadap fungsi-fungsi keuangan. Fungsi-fungsi keuangan tersebut meliputi bagaimana memperoleh dana (*rising of fund*) dan bagaimana menggunakan dana tersebut (*allocation of fund*). Sedangkan perencanaan keuangan adalah suatu proses mencapai tujuan melalui manajemen keuangan yang terstruktur dan tepat. Banyak orang belum mempunyai perencanaan dalam keuangan sebelum berbelanja yang mengakibatkan seseorang membeli barang secara berlebihan yang sebenarnya barang tersebut tidak dibutuhkan. Perilaku membeli yang berlebihan tidak lagi mencerminkan usaha manusia untuk memanfaatkan uang secara ekonomis, dengan tidak adanya perencanaan dalam kehidupan seseorang maka akan timbulah perilaku konsumtif pada diri seseorang.

Konsumtif merupakan timbulnya keinginan untuk membeli barang-barang yang kurang diperlukan. Gaya hidup konsumtif bisa dilakukan oleh siapa saja termasuk mahasiswa. Hal tersebut terkait karena mahasiswa mudah terbujuk dengan hal-hal yang menyenangkan, terpengaruh oleh teman dan cenderung boros dalam menggunakan uang. Mahasiswa seharusnya mengisi waktunya dengan menambah pengetahuan, ketrampilan, dan keahlian, serta mengisi kegiatan mereka dengan berbagai macam kegiatan positif sehingga akan memiliki orientasi ke masa depan sebagai manusia yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa. Mahasiswa dipandang oleh masyarakat sebagai individu yang terpelajar, mempunyai kematangan dalam berfikir, berpenampilan menarik, rapih dan sopan. Pandangan inilah yang membuat mahasiswa mengondisikan diri untuk selalu tampil menarik, elegan dan rapih. Hal ini yang sering salah diartikan oleh mahasiswa karena dengan tampil menarik dan rapih harus memakai pakaian yang bermerk dan mahal agar selalu tampil menarik, membeli pakaian bermerk dan mahal akan membuat dipandang hebat oleh masyarakat. Hal inilah yang membuat mahasiswa memiliki perilaku konsumtif untuk memenuhi tuntutan gaya hidupnya.

Berdasarkan beberapa masalah yang menarik perhatian untuk diteliti lebih lanjut. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul *Hubungan Manajemen Keuangan Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Vokasional Tata Rias Universitas Negeri Jakarta*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dari uraian diatas, masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Adakah hubungan manajemen keuangan dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa program studi Pendidikan Vokasional Tata Rias Universitas Negeri Jakarta?
2. Adakah hubungan manajemen keuangan keluarga dengan perilaku konsumtif mahasiswa program studi Pendidikan Vokasional Tata Rias Universitas Negeri Jakarta?

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan beberapa masalah yang telah diidentifikasi di atas, maka penulis membatasi masalah pada bagaimana hubungan manajemen keuangan dengan perilaku konsumtif. Manajemen keuangan pada penelitian ini adalah manajemen keuangan mahasiswa pada usia remaja yaitu 20 tahun sampai dengan 24 tahun di program studi Pendidikan Vokasional Tata Rias Universitas Negeri Jakarta angkatan 2013 dan 2014.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut: Adakah hubungan manajemen keuangan dengan perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan vokasional tata rias UNJ angkatan 2013 dan 2014?

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan dan perkembangan ekonomi sekaligus menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya.s

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan efisiensi dan efektifitas perilaku konsumsi mahasiswa, sehingga tidak mengarah pada sikap konsumtif serta mengurangi perilaku pembelian impulsif.
- b. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan sarana untuk berlatih dalam pengembangan ilmu pengetahuan melalui kegiatan penelitian serta menambah wawasan penulis agar berpikir secara kritis dan sistematis dalam menghadapi permasalahan yang terjadi kaitannya dengan ekonomi.
- c. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan manajemen keuangan dan perilaku konsumtif pada mahasiswa.

BAB II

KAJIAN TEORITIK

2.1 Deskripsi Konseptual

2.1 .1 Manajemen Keuangan

2.1.1.1 Pengertian Manajemen Keuangan

Mengetahui dan memahami manajemen keuangan merupakan hal yang penting agar arus keuangan dapat dipantau dengan sebaik-baiknya. Menurut Margaretha (2007:2) manajemen keuangan adalah proses pengambilan keputusan tentang aset, pembiayaan dari aset, dan pendistribusian dari seluruh *cash flow* yang potensial yang dihasilkan dari aset tadi. Menurut Bambang Riyanto seperti yang dikutip oleh Purnamasari (2015:9) merumuskan bahwa manajemen keuangan adalah keseluruhan aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan usaha mendapatkan dana yang diperlukan dengan biaya yang minimal, dan syarat-syarat yang paling menguntungkan beserta usaha untuk menggunakan dana tersebut seefisien mungkin.

Menurut Weston dan Copeland yang diterjemahkan oleh Jaka, W dan Korbrandoko dalam Purnamasari (2015:9) mengatakan bahwa manajemen keuangan merupakan rumusan fungsi dan tanggung jawab para manajer keuangan. Fungsi pokok dari manajemen keuangan antara lain menyangkut keputusan tentang penanaman modal, pembiayaan kegiatan usaha, dan pembagian deviden pada suatu perusahaan.

Selain itu menurut Prawienegoro dalam Purnamasari (2015:9) manajemen keuangan adalah aktivitas pemilik dan manajemen perusahaan untuk memperoleh modal yang semurah-murahnya, lalu menggunakan modal tersebut dengan seefektif, seefisien, dan seproduktif mungkin guna menghasilkan laba.

Dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan merupakan semua kegiatan perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian, dan penyimpanan dana atau keuangan yang dimiliki oleh perusahaan, organisasi, atau pribadi. Jadi dengan adanya manajemen keuangan seseorang dapat membuat rencana pemasukan dan pengeluaran serta kegiatan lainnya untuk meminimalkan pengeluaran seefisien mungkin.

Menurut Heyho dalam Herdijono dan Damanik (2016:229) menyatakan bahwa ada suatu hubungan antara *financial attitudes* dan tingkat masalah keuangan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa sikap keuangan seseorang juga berpengaruh terhadap cara seseorang mengatur perilaku keuangannya. Menurut Amanah, Rahadian dan Iradianty (2016:1229) *financial attitude* dapat diartikan sebagai keadaan pikiran, pendapat dan penilaian seseorang terhadap keuangan pribadinya yang diaplikasikan ke dalam sikap. *Financial attitude* adalah kecenderungan psikologis yang diekspresikan ketika mengevaluasi praktik manajemen keuangan yang direkomendasikan dengan beberapa tingkatan kesepakatan dan ketidaksepakatan. Menurut Madern dan Schors dalam Herdijono dan Damanik (2016:229) menyatakan sejumlah *financial attitudes* juga terkait dengan kesulitan keuangan yang seringkali dihadapi oleh anak muda. *Financial Attitude* menurut Sohn

dalam Listiani (2017:4) yaitu memandang uang sebagai *power/freedom*, *reward for efforts*, atau *evil*. Dengan kata lain sikap terhadap uang seseorang adalah bagaimana seseorang memiliki pandangan mengenai uang yakni uang sebagai sumber kekuatan dan kebebasan, prestasi, ataupun sumber kejahatan. Oleh sebab itu *Financial Attitude* sangat berperan penting dalam menentukan *Financial Management Behavior* seseorang.

Menurut pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa *financial attitude* adyang dimiliki oleh seseorang akan membantu individu dalam menentukan sikap dan berperilaku seseorang dalam hal keuangan, baik dalam hal pengelolaan keuangan, penganggaran keuangan pribadi, atau bagaimana keputusan individu mengenai bentuk investasi yang akan diambil. Dalam manajemen sikap keuangan yang salah akan memicu terjadinya masalah keuangan dan ketidakpuasan seseorang. Dengan mempunyai sikap keuangan yang baik, maka akan dapat mengelola keuangan dengan baik pula. Tanpa menerapkan hal tersebut, sulit bagi seseorang mempunyai surplus uang untuk tabungan masa depan, apalagi memiliki modal investasi

2.1.1.2 Manajemen Keuangan Rumah Tangga

Manajemen keuangan berhubungan dengan pengaturan atau pengelolaan keuangan keluarga. Kegiatan keuangan berhubungan dengan bagaimana memperoleh dana dan bagaimana menggunakannya. Setiap keluarga pasti memiliki rencana untuk masa depannya. Rencana tersebut pastilah memerlukan uang yang banyak untuk mewujudkan rencana-rencana tersebut, oleh karena itu setiap keluarga harus dapat mengelola keuangan dengan sebaik-baiknya agar setiap rencana dapat terwujud.

Menurut R. Manurung dan U. Manurung (1995:21) menciptakan keluarga bahagia dan sejahtera sudah tentu harus didukung oleh keuangan yang memadai. Dalam hal ini perlu adanya anggaran keluarga di mana seluruh anggota keluarga ikut menentukan anggaran tersebut supaya mereka juga mengetahui alokasi keuangan yang akan dibelanjakan. Zuhri dan Akbar (2015:1) Dalam kehidupan berkeluarga, idealnya ada satu pihak yang mengatur dan mengelola keuangan. Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat ada sekitar 50% rumah tangga di Indonesia yang keuangannya dikelola oleh istri atau ibu rumah tangga. Kebanyakan dari mereka menjadi menteri keuangan di dalam keluarganya masing-masing. Menurut Martin (2010:82-84) tiga tipe mengelola pendapatan keluarga, yaitu: (1) uang keluarga dan sistem alokasi, (2) membagi berdasarkan persentasi dan (3) membagi tanggung jawab.

Menurut Martin ada tiga tipe dalam mengelola pendapatan keluarga diantaranya adalah uang keluarga dan sistem alokasi, sebagai contohnya adalah penghasilan suami istri harus digabung bersama karena sebuah keluarga bukan saja membutuhkan sandang dan pangan saja melainkan membutuhkan investasi untuk jangka panjang yang akan digunakan bersama sama pada waktu yang akan datang. Tipe yang kedua adalah membagi berdasarkan persentasi yang artinya membagi tanggung jawab dalam bentuk jumlah atau persentase seluruh kebutuhan keluarga yang dihitung setiap bulan. Tipe yang ketiga adalah membagi tanggung jawab contohnya adalah kepala keluarga mengeluarkan biaya untuk membayar tagihan rumah, cicilan mobil, listrik, telepon dan lain-lainnya, sedangkan istri mengeluarkan

biaya untuk belanja logistic bulanan, liburan dan lain-lainnya. Artinya adalah sebuah keluarga mempunyai peran dan tanggungjawabnya masing-masing dalam mengelola keuangan. Dengan memahami tipe-tipe dalam mengelola keuangan, bila suatu ketika keluarga mengalami persoalan keuangan, seluruh anggota keluarga dapat ikut serta dan saling membantu dalam mengatasinya.

Menurut Helmawati (2014:260) tujuan dari manajemen atau pengelolaan keuangan keluarga yaitu agar keuangan keluarga dapat dialokasikan sesuai kebutuhannya dan terpenuhinya kesejahteraan keluarga itu sendiri. Ada 3 prinsip pengelolaan keuangan keluarga yaitu : (1) jangan besar pasak daripada tiang, (2) pendapatan sama dengan pengeluaran, (3) pendapatan lebih besar dari pada pengeluaran. Hal umum yang sering dialami keluarga baru adalah masalah keuangan dan bagaimana mengatur keuangan yang tepat untuk keluarga.

Menurut pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa agar tidak terjebak dalam perilaku pemborosan atau gaya hidup, setidaknya sebuah keluarga mempunyai prinsip, yaitu jangan besar pasak dari pada tiang, pendapatan sama dengan pengeluaran dan pendapatan lebih besar dari pada pengeluaran. Artinya penghasilan sebagai sumber pemasukan keluarga dicukupkan untuk memenuhi semua kebutuhan keluarga. Beberapa cara diperlukan agar keluarga dapat mencapai tujuan keuangan secara menyeluruh dan mencakup seluruh siklus kehidupan keluarga, dari sekarang hingga akhir nanti. Tanpa cara yang benar dan matang, bisa terjadi kekacauan dalam keuangan keluarga. Hal ini juga membutuhkan disiplin dan kontrol yang tepat. Oleh karena itu haruslah mempelajari cara bagaimana mengelola keuangan keluarga,

dengan memiliki cara bagaimana mengelola keuangan yang baik, maka kondisi keuangan yang lebih sehat dan lebih baik akan lebih mudah untuk diraih.

Menurut Puspitawati (2013:40) terdapat tiga tema utama dalam studi manajemen keluarga meliputi:

- a. Keluarga dan masa anak-anak.
- b. Ruang dan waktu dalam kehidupan keluarga untuk mengetahui bagaimana keluarga dan anak-anak mengalami waktu dan ruang sebagai suatu cara yang berguna dalam konsumsi dan kehidupan sehari-hari.
- c. Uang dan hubungan sosial ekonomi pada keluarga dan anak-anak adalah sangat signifikan dalam kegiatan konsumsi seperti bagaimana mencari uang dan bagaimana membelanjakan uang. Kemudian penting untuk mengetahui bagaimana peran anak dalam konsumsi dan pengeluaran keluarga.

Menurut pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga tema utama dalam ekologi keluarga salah satunya adalah anak-anak. Anak adalah salah satu unsur dalam lingkungan karena seorang anak dipengaruhi oleh lingkungan fisik dan sosial yang langsung yaitu orangtua. Orangtua sangat berpengaruh pada kegiatan konsumsi anak anak karena orangtua yang mengajarkan anak bagaimana mencari uang dan bagaimana membelanjakan uang dalam pembelian barang dan jasa.

2.1.1.3 Anggaran Pendapatan dan Belanja Rumah Tangga (APBRT)

Menurut Sugianto (2007:95) seperti layaknya organisasi perusahaan, perencanaan pemasukan maupun pengeluaran keuangan keluarga akan sangat bermanfaat. Dengan APBRT, manajemen keuangan keluarga akan lebih terkontrol dengan baik dan dapat dicapai *surplus* yang nantinya dapat diinvestasikan. Sedangkan menurut Masassya (2006:73) Mengelola keuangan rumah tangga sesungguhnya tidak jauh beda dengan mengelola keuangan negara. Hanya lingkupnya

saja yang berbeda. Oleh karena itu setiap rumah tangga atau keluarga sebenarnya perlu membuat anggaran dan pendapatan belanja agar pengelolaan keuangan menjadi lebih terencana

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa keluarga adalah suatu organisasi yang kecil yang membutuhkan penyusunan anggaran belanja tahunan, bulanan hingga harian yang bertujuan untuk menghindari terjadi pengeluaran lebih besar dibandingkan dengan pemasukan. Oleh karena itu, keterampilan menyusun anggaran pendapatan dan belanja rumah tangga perlu dipelajari, dikuasai dan praktikan dalam kehidupan berumah tangga.

Menurut Sugianto (2007:96-97) suatu APBRT yang sederhana cukup terdiri dari beberapa bagian, seperti berikut ini : (a) pendapatan, (b) pengeluaran wajib yang meliputi kewajiban bayar rekening dan iuran, kewajiban angsuran KPR, kewajiban membayar *credit card*, kewajiban membayar premi asuransi, kewajiban lain-lain, (c) pengeluaran untuk biaya hidup yang meliputi kebutuhan biaya rutin rumah tangga, kebutuhan biaya transport, kebutuhan biaya pendidikan, kebutuhan biaya rekreasi, dan kebutuhan sosial, (d) penyusutan yang meliputi penyusutan perabot rumah, penyusutan biaya renovasi rumah, penyusutan kendaraan.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa anggaran pendapatan dan belanja rumah tangga (APBRT) bertujuan untuk mengendalikan pembayaran belanja rumah tangga. Anggaran rumah tangga harus dikelola dengan baik dan benar agar tidak terjadi defisit anggaran belanja. Dengan mengatur pendapatan, pengeluaran wajib

dan pengeluaran biaya hidup maka keuangan keluarga akan menjadi stabil. Bagian-bagian dari pendapatan, pengeluaran dan penyusutan harus dikelola dengan benar agar tidak terjadi defisit anggaran belanja rumah tangga.

2.1.1.4 Tata Laksana Rumah Tangga

Menurut Kamus Administrasi dalam Siregar (2008:9) tatalaksana adalah segenap perbuatan pergerakan sekelompok orang dan mengerahkan segala fasilitas dalam suatu kerjasama untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Susilantini, Mumfangati, Suyami (1997: 97) semua pengeluaran yang dipakai untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari serta kebutuhan lain yang diperlukan dalam mengelola penyelenggaraan tatalaksana rumah tangga dalam keluarga harus disesuaikan dengan penghasilan atau pemasukan yang diterima

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa tatalaksana rumah tangga adalah proses pengelolaan untuk menatalaksanakan atau mengendalikan dan mengelola berbagai macam pekerjaan rumah tangga sehari-hari yang didasarkan pada hak dan kewajiban sebagai anggota keluarga. Salah satu upaya untuk terbentuknya kehidupan keluarga yang bahagia dan harmonis adalah dengan adanya pengaturan dan pengelolaan rumah tangga yang baik atau tatalaksana rumah tangga.

Menurut Imtima (2007 :216) dalam segi tatalaksana rumah tangga dibahas tentang ketrampilan menatalaksanakan atau mengendalikan dan mengelola waktu, tenaga, sumber-sumber material atau sumber non human atau sumber human melalui langkah sebagai berikut: (a) merencanakan kegiatan dalam keluarga dengan cara

sederhana, lengkap, luwes dan praktis, (b) mengatur atau mengorganisasikan pekerjaan, kegiatan keluarga secara efektif dan efisien, (c) melaksanakan dan melakukan pengawasan terhadap kegiatan, pekerjaan rumah tangga atau keluarga, (d) melakukan penilaian terhadap hasil kegiatan atau kegiatan rumah tangga.

Menurut pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa untuk mencapai hubungan yang baik diantara anggota keluarga, dibutuhkan adanya pengaturan sikap dan tingkah laku untuk suatu kegiatan pengelolaan yang didasarkan pada peran, tugas dari setiap masing-masing anggota keluarga. Tugas tugas kerumahtanggaan seperti pengelolaan waktu, pembagian tugas-tugas rumah tangga, mencuci, membersihkan halaman dan sebagainya merupakan bentuk upaya dalam pengaturan yang memberikan suatu petunjuk dalam melakukan pekerjaan rumah dalam kehidupan sehari-hari sehingga dapat terbentuknya kehidupan keluarga yang bahagia dan sejahtera.

Yang akan penulis uraikan adalah prinsip-prinsip tatalaksana yang dikemukakan oleh George Terry dalam Siregar (2008:12-16) yaitu *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Penggerakan), *Controlling* (Pengawasan) atau disingkat menjadi POAC.

Menurut George Terry yang diterjemahkan oleh Ticoalu (2009:9) *Planning* (Perencanaan) adalah menentukan tujuan-tujuan yang hendak dicapai selama suatu masa yang akan datang dan apa yang harus diperbuat agar dapat mencapai tujuan-tujuan itu. Sedangkan menurut Siregar (2008:12) perencanaan harus dilakukan sebelum suatu pekerjaan dilaksanakan. Yang bertanggungjawab atas pembuatan

perencanaan adalah pemimpin. Sedangkan siapa yang membuat perencanaan tergantung dari keadaan perusahaan atau kegiatan apa yang akan dilakukan

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan adalah apa yang direncanakan itu yang akan di capai. Maka dari itu perencanaan harus dilakukan sebaik mungkin agar mencapai tujuan-tujuan yang hendak diapai dan dalam proses perencanaannya bisa berjalan dengan baik.

Menurut George Terry yang diterjemahkan oleh Ticoalu (2013:73) *Organizing* (Pengorganisasian) merupakan kegiatan dasar manajemen dilaksanakan untuk mengatur seluruh sumber-sumber yang dibutuhkan termasuk unsur manusia, sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan sukses. Menurut George Terry dalam Siregar (2008:14) keuntungan yang diperoleh apabila melakukan organisasi ialah: (a) setiap anggota mengetahui dengan jelas aktivitas apa yang harus dilaksanakan, sehingga seseorang bertanggung jawab dan menaruh perhatian atas pekerjaan yang ditugaskan kepadanya, (b) hubungan kerja antara anggota dengan pemimpin dapat terlihat dengan jelas, (c) penggunaan unsur tenaga dan fasilitas yang lain dapat lebih efektif.

Menurut pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa pengorganisasian yaitu mengelompokkan dan mengatur berbagai kegiatan untuk dapat diselesaikan secara bersama-sama. Keuntungan apabila seseorang melakukan pengorganisasian adalah seseorang dapat bertanggungjawab dengan tugas yang diberikan, hubungan kerja antar anggota akan menjadi baik dan penggunaan fasilitas dapat menjadi lebih optimal dibandingkan dengan tidak melakukan pengorganisasian.

Menurut George Terry yang diterjemahkan oleh Smith (2013:17) *Actuating* atau disebut juga dengan gerakan aksi mencakup kegiatan yang dilakukan seseorang manager untuk mengawali dan melanjutkan kegiatan yang ditetapkan oleh unsur perencanaan dan pengorganisasian agar tujuan-tujuan dapat tercapai. Menurut George Terry dalam Siregar (2008:15) supaya penggerakan anggota kelompok dapat berjalan dengan baik, maka pemimpin harus: (a) mengetahui dan memenuhi keinginan para anggotanya, (b) mempertahankan hubungan yang baik antara anggota kelompoknya, (c) mengusahakan agar anggota-anggota mau bekerja sama untuk kepentingan bersama, (d) mendorong atau memberi motivasi anggota-anggotanya untuk bekerja dengan aktif, (e) anggota hendaknya diikut sertakan dalam pengambilan keputusan.

Menurut pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa *Actuating* adalah suatu tindakan agar semua perencanaan dan tujuan yang ingin dicapai terwujud dengan baik dan seperti yang diharapkan. Perencanaan dan pengorganisasian tidak berjalan dengan baik apabila jika tidak disertai dengan penggerakan. Dengan menggerakan orang-orang untuk mau bekerja dengan sendirinya dan dengan kesadaran yang besar maka akan mengabdikan tujuan yang ingin dicapai secara efektif.

Menurut George Terry yang diterjemahkan oleh Smith (2013:166) *Controlling* adalah suatu usaha untuk meneliti kegiatan-kegiatan yang telah dan akan dilaksanakan. Menurut George Terry dalam Siregar (2008:16) Di dalam setiap organisasi harus ada pengawasan, supaya hasil pekerjaan dapat sesuai dengan perencanaan, istilah lain yang dipergunakan untuk pengawasan ialah pengontrolan. Jadi didalam pengawasan terlihat adanya tindakan-tindakan: (a) menentukan atau menetapkan standard atau alat pengukur, (b) mengadakan penilaian terhadap

pekerjaan yang dilaksanakan, (c) membandingkan hasil pekerjaan dengan standard yang telah ditentukan, (d) memperbaiki pekerjaan bila pelaksanaannya tidak sesuai dengan perencanaan.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa *controlling* atau disebut juga dengan pengawasan adalah suatu usaha untuk mengendalikan yakni mengevaluasi pelaksanaan kegiatan yang telah dilaksanakan untuk mendapatkan kepastian mencapai hasil yang telah direncanakan. Dengan adanya pengawasan penyimpangan-penyimpangan yang terjadi mulai dari perencanaan, pelaksanaan maupun pengorganisasian dapat segera dilakukan antisipasi dan diperbaiki jika terdapat kesalahan.

2.1.1.5 Manajemen Keuangan Pribadi

Manajemen keuangan pribadi sangatlah penting dalam mendukung terwujudnya tujuan-tujuan individu. Semua orang membutuhkan uang untuk membiayai setiap fase dalam siklus kehidupannya. Dalam perencanaan keuangan pribadi, kebutuhan untuk membiayai setiap fase disebut sebagai tujuan keuangan pribadi. Tujuan keuangan seseorang dapat dibuat untuk jangka pendek, menengah, jangka panjang, atau kombinasinya. Tujuan keuangan pribadi bersifat unik dan tidak selalu sama bagi setiap orang. Dua orang yang berumur sama pada fase yang sama, belum tentu mempunyai tujuan keuangan yang serupa. Kemampuan finansial serta gaya hidup (*lifestyle*) membedakan tujuan keuangan setiap individu.

Menurut *Wealth Manger Association* (2011:21) perencanaan keuangan pribadi adalah suatu proses mencapai tujuan keuangan pribadi melalui manajemen

keuangan yang terencana dengan baik. Sedangkan menurut Jack Kapoor dalam Sundjana (2010:185) perencanaan keuangan pribadi adalah suatu proses mengatur keuangan individu untuk mencapai kepuasan ekonomi pribadi. Proses perencanaan keuangan pribadi ini dapat membantu individu dalam mengontrol kondisi keuangannya. Dengan melakukan pengelolaan terhadap keuangan pribadi, maka tiap individu tau akan tujuan yang ingin dicapai, dan keuangan secara optimal untuk mencapai tujuan tersebut. Menurut Budisantoso dan Gunanto (2010:3) pengelolaan keuangan akan memberikan keuntungan tersendiri dalam kehidupan seseorang. Dengan adanya pengelolaan keuangan ini maka akan:

1. Turut membantu memberikan gambaran rill keuangan seseorang dalam kehidupan sehari-hari.
2. Meningkatkan efektivitas arus keuangan seseorang, baik dalam perolehan maupun penggunaan.
3. Mengendalikan keuangan dengan mencegah utang berlebih.
4. Membuat setiap keputusan keuangan seseorang lebih terarah dan tercapainya tujuan ekonomis yang telah direncanakan
5. Mengantisipasi adanya risiko keuangan yang tak terduga di masa yang mendatang.

Menurut Prijosaksono dan Sembel (2002:24) ada empat prinsip yang harus diperhatikan ketika mengelola keuangan dalam konteks manajemen diri, yaitu:

1. Pemasukan harus lebih besar dari pengeluaran. Atau kebalikannya, pengeluarannya harus lebih kecil dari pemasukan.
2. Aset bagus harus dikembangkan sehingga bertambah dari hari ke hari.
3. Membedakan aset buruk yang merupakan keperluan (*necessity*) dan aset buruk yang merupakan kemewahan (*luxury*). Aset buruk, khususnya yang merupakan kemewahan, perlu ditekan serendah mungkin relatif terhadap aset bagus.
4. Menghindari utang buruk dalam neraca pribadi.

Dari pengertian di atas dengan mengetahui prinsip dan pengetahuan tentang pengelolaan keuangan secara pribadi maka seseorang dapat lebih mengelola

pengeluaran dan gaya hidup sesuai dengan pendapatan atau pemasukan dan memiliki tabungan untuk deposit seperti rumah tinggal, liburan, dan sebagainya. Mengatur keuangan pribadi memiliki peranan penting untuk menggapai kesuksesan dalam mengelola keuangan. Terutama mengingat kebutuhan hidup yang semakin meningkat menuntut seseorang cerdas dalam mengatur keuangan agar tidak terperosok dalam jurang hutang. Seseorang harus bisa membiasakan diri untuk mengatur keuangan dengan baik selagi masih sendiri sehingga ketika berkeluarga, dimana akan banyak kebutuhan yang harus dipenuhi.

Menurut Jack Kapoor dalam Sundjana (2010:185) terdapat 5 langkah dalam melakukan perencanaan keuangan pribadi yaitu:

1. Menentukan kondisi keuangan individu saat ini.
2. Membuat tujuan keuangan individu.
3. Membuat beberapa pilihan untuk memenuhi tujuan keuangan individu.
4. Evaluasi setiap pilihan yang telah dibuat.
5. Implementasikan program perencanaan keuangan.

Sedangkan menurut Warsono dalam Yushita (2017:20) mengelola keuangan pribadi dapat dilihat dari empat ranah yaitu:

1. Penggunaan dana yaitu bagaimana cara mengalokasikan dana (penggunaan dana) tersebut untuk memenuhi kebutuhan secara tepat.
2. Penentuan sumber dana yaitu seseorang harus mengetahui dan menentukan sumber dana. Sumber-sumber dana dapat berasal dari orangtua, donator, maupun beasiswa.
3. Manajemen resiko yaitu seseorang harus memiliki proteksi yang baik untuk mengantisipasi kejadian-kejadian yang tidak terduga.
4. Perencanaan masa depan yaitu dengan merencanakan masa depan, maka seseorang juga menganalisa kebutuhan-kebutuhan dimasa depan sehingga seseorang dapat menyiapkan investasi dari saat ini.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa setiap individu harus dapat mengelola keuangannya dengan baik dengan baik dengan menentukan kondisi

keuangan, membuat tujuan keuangan, mengevaluasi dan lain lain maka keuangan seseorang akan lebih terarah dan dapat membantu dalam mengelola keuangan dengan baik.

2.1.1.6 Perencanaan Keuangan

Menurut Senduk (2000:3) perencanaan keuangan adalah proses merencanakan keuangan untuk mencapai tujuan-tujuan keuangan jangka pendek maupun jangka panjang. Pencapaian tujuan tersebut ada yang dalam bentuk menabung, melakukan investasi, melakukan budgeting, atau mengatur komposisi harta yang dimiliki saat ini. Perencanaan keuangan sangat penting bagi semua pihak karena membantu para pihak dalam menjalani kehidupannya. Menurut Manurung (2008:2) adanya perencanaan keuangan akan memberikan gambaran sebenarnya yang akan dihadapi dalam kehidupan sehari-hari. Perencanaan keuangan yang baik akan membantu seseorang menyeimbangkan antara kebutuhan antara kebutuhan menurut pendapatan antara kebutuhan menurut pendapatan seseorang saat ini dengan pertumbuhan kekayaan seseorang untuk menunjang kebutuhan hidup seseorang di masa depan.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa perencanaan keuangan adalah sebuah proses dimana seseorang atau keluarga berusaha untuk memenuhi dan mencapai semua tujuan keuangannya yang tepat dan terencana. Tujuan keuangan adalah suatu mimpi yang ingin seseorang capai di masa depan dan di kemudian hari, dengan merencanakan keuangan yang tepat maka akan mudah mencapai tujuan keuangan seseorang/keluarga itu sendiri. Perencanaan keuangan tidak hanya

menyelesaikan permasalahan keuangan seseorang tetapi juga dapat meningkatkan kualitas hidup seseorang atau keluarga.

Menurut Kapoor, Dlabay, dan Hughes dalam Manurung (2008:2-3) menyatakan empat keuntungan perencanaan keuangan, yaitu:

- a. Peningkatan efektivitas dalam memperoleh, menggunakan dan proteksi sumber keuangan sepanjang hidupnya.
- b. Peningkatan pengendalian keuangan dengan menghindari utang yang berlebih, kemampuan tidak bisa membayar utang atau bangkrut, dan ketergantungan pada pihak lain untuk terjaminnya ekonomi keluarga/ perorangan.
- c. Memperbaiki hubungan pribadi dari hasil perencanaan keuangan yang baik dan efektivitas keputusan keuangan.
- d. Adanya kebebasan keragu-raguan keuangan dengan melakukan antisipasi pengeluaran dan pandangan yang luas dimasa mendatang dan tercapainya tujuan ekonomis yang telah direncanakan.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa banyak keuntungan yang akan didapat jika seseorang merencanakan keuangannya. Manfaat dari perencanaan keuangan keluarga atau seseorang dapat mengerti bagaimana setiap keputusan keuangan yang dibuat berdampak kepada keseluruhan situasi keuangan dirinya atau keluarganya. Dengan melihat setiap keputusan keuangan sebagai bagian dari suatu keseluruhan, seseorang dapat mempertimbangkan efek jangka pendek dan jangka panjang atas tujuan-tujuan hidupnya. Mereka juga lebih mudah beradaptasi atas perubahan hidup dan merasa lebih aman karena tujuan-tujuannya berada pada jalur yang tepat.

2.1.1.7 Pos-Pos dalam Laporan Keuangan

Menurut Deanta (2016:1) laporan keuangan merupakan informasi historis, dimana timbulnya laporan keuangan setelah munculnya transaksi yang kemudian dicatat dan dibuat laporan keuangan.

Sedangkan menurut Martin (2010:57) untuk mengetahui posisi keuangan untuk pribadi dan keluarga dapat diketahui dengan bantuan dua laporan, yaitu:

1. Laporan Kekayaan Bersih (Neraca)
Neraca sering disebut sebagai laporan posisi keuangan atau *balance sheet*. Neraca bisa dibuat per periode tertentu, sebagai contoh akhir bulan atau akhir tahun. Neraca berisi: (a) kas yaitu uang tunai yang ada dirumah pada tanggal neraca dibuat, (b) bank yaitu uang di rekening bank pada tanggal tersebut, (c) inventaris yaitu barang-barang yang dimiliki yang dianggap sebagai inventaris, (d) persediaan barang (barang-barang yang belum dipakai), (e) piutang yaitu berupa tagihan kepada orang lain yang belum dibayar dan (e) utang yang berupa tagihan yang belum dibayar contohnya kartu kredit.
2. Laporan Arus Kas
Aliran dana atau arus kas adalah aliran uang yang mengalir mulai dari mendapatkan uang tersebut, menyimpannya, mengembangkannya, dan mengeluarkannya secara teratur, bijak dan disiplin. Secara umum, laporan aliran dana terdiri dari dua bagian, yaitu: (1) aliran dana masuk (pendapatan) dan (2) aliran dana keluar (pengeluaran).

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan laporan keuangan pada perusahaan dan laporan keuangan pribadi dan keluarga. Laporan keuangan perusahaan berisikan tentang neraca, laporan laba rugi, laporan arus kas, laporan perubahan ekuitas dan catatan atas laporan keuangan. Sedangkan laporan keuangan pribadi dan keluarga meliputi neraca (laporan kekayaan bersih) dan laporan arus kas. Dengan adanya laporan keuangan maka seseorang mengetahui posisi keuangan pada saat ini. Dengan memahami cara tersebut akan banyak memberikan masukan terhadap cara menggunakan uang.

Pembukuan adalah hal yang penting dalam mengelola keuangan seseorang, karena pembukuan terkait erat dengan masalah keuangan karena manusia mempunyai ingatan yang terbatas. Oleh karena itu seseorang membutuhkan sistem pencatatan yang sederhana dan mudah dimengerti agar pembukuan yang telah dibuat bisa dengan mudah dipahami.

Gambar 2.1 Contoh Laporan dan Pemasukan Mahasiswa

Tanggal/Bulan	Keterangan	Debit	Kredit	Jumlah
Agustus	KAS AGUSTUS	Rp. 165.000		4.175.200
16/08/2016	PRINT		Rp. 5.000	4.170.200
26/08/2016	PRINT DAN FOTOCOPY		Rp. 12.000	4.158.200
Tanggal/Bulan	Keterangan	Debit	Kredit	Jumlah
September	KAS SEPTEMBER	Rp. 165.000		4.323.200
	Pemasukan Dana dan Usaha	Rp. 2.535.000		5.403.200
	Pengeluaran Dana dan Usaha		1.600.000	5.203.200
				5.203.200
Tanggal/Bulan	Keterangan	Debit	Kredit	Jumlah
Oktober	KAS OKTOBER	Rp. 165.000		5.368.200
05/10/2016	PRINT DAN FOTOCOPY		Rp. 11.900	5.356.300
07/10/2016	BAYAR PIN NAMETAG KABINET		Rp. 495.000	4.861.300
07/10/2016	PRINT WARNA DAN B/W		Rp. 4000	4.857.300
13/10/2016	PRINT WARNA DAN LAKBAN		Rp. 29.000	4.828.300
20/10/2016	PRINT DAN LAMINATING		Rp. 18.000	4.810.300
27/10/2016	PRINT POSTER		Rp. 70.000	4.740.300
	Pemasukan Dana dan Usaha	479.000		5.219.300
	Sisa UNITY	625.000		5.844.300
	Pengeluaran Dana dan Usaha		460.000	5.384.300

Sumber: <https://bem.esqbs.ac.id/laporan-keuangan-kabinet-mahasiswa-emas-2/>

Dengan adanya pembukuan yang dilakukan, maka seseorang akan lebih mudah mengelola keuangan, mengambil keputusan, dan mengetahui langkah selanjutnya untuk mengatur keuangan. Selain itu memiliki catatan dan membuat anggaran keuangan akan dapat mengontrol pengeluaran yang berlebih dan

mengetahui pola pemasukan dan pengeluaran keuangan. Dengan mengetahui pola pemasukan dan pengeluaran maka seseorang dapat memprediksi jumlah pengeluaran di waktu yang akan datang.

2.1.2 Perilaku Konsumtif

2.1.2.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Bukhari (2014:5) istilah “konsumtifisme” kerap dikaitkan dengan kata “konsumerisme”. Meskipun dekat, kedua kata ini memiliki perbedaan makna. Konsumtifisme berkaitan dengan masalah perilaku konsumsi masyarakat yang berlebihan. Kata konsumerisme berkaitan dengan gerakan untuk melindungi dan atau memperjuangkan hak-hak sebagai konsumen dari para produsen, pebisnis dan seterusnya. Menurut Soebiyakto dalam Sukari dan Susilantini (2013:127) konsumtif menjelaskan keinginan untuk memiliki atau mengkonsumsi barang secara berlebihan. Barang tersebut sebenarnya kurang diperlukan atau bukan menjadi kebutuhan pokok. Konsumtif cenderung mengarah pada perilaku boros, bercirikan lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan. Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:267) konsumerisme sebagai anak kandung kapitalisme telah sampai ke jantung masyarakat. Pada kondisi ini orang mengonsumsi barang bukan karena membutuhkan secara fungsional, melainkan karena tuntutan prestise (gengsi), status, atau sekedar gaya hidup (*life style*). Sedangkan menurut Sumartono dalam Endang (2013:150) perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merk lainnya atau dapat disebutkan

membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk tersebut karena banyak orang memakai produk tersebut.

Dengan demikian, maka dapat diambil kesimpulan konsumtif merupakan tindakan seseorang sebagai konsumen untuk membeli barang atau produk yang belum jadi kebutuhannya dan belum menjadi prioritas utama, hanya ingin mengikuti trend dan mode atau mencoba produk baru yang sedang in demi sebuah pengakuan, di mana secara nyata produk tersebut tidak dibutuhkan dengan dominasi faktor emosi sehingga menimbulkan perilaku konsumtif. Perilaku ini lebih banyak dipengaruhi oleh keinginan mendapatkan kepuasan ataupun kesenangan sehingga mengesampingkan kebutuhan yang utama. Oleh karena itu, jika tidak mempertimbangkan sesuatu barang yang ingin di konsumsi maka seseorang akan sangat mudah untuk membeli sesuatu yang tidak sesuai dengan kebutuhan utamanya.

Di era ini masyarakat sekarang ini, masyarakat membeli barang dan jasa bukan sekedar karena bermanfaat atau hanya kengininan yang tidak bisa ditunda, melainkan karena dipengaruhi oleh gaya hidup (*lifestyle*). Gaya hidup adalah suatu pola atau cara individu mengekspresikan kebiasaan dengan lingkungannya melalui cara yang berbeda-beda, yang menyimbolkan status dan peranan individu bagi lingkungannya. Gaya hidup juga bisa diartikan dengan pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatannya dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu. Oleh karena itu, gaya hidup menggambarkan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitasnya.

Menurut Setiadi (2003:80) gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang identifikasikan oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya, dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya. Menurut Lamb, Hair dan Daniel (2001:223) gaya hidup adalah cara hidup yang diidentifikasi melalui aktivitas seseorang, minat dan pendapat seseorang. Pendapat yang sama dikemukakan oleh Kurnia, Widianoro dan Sofianty (2007:63) gaya hidup adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia dalam masyarakat. Gaya hidup tradisional pada era global mulai ditinggalkan. Masyarakat mulai menganut gaya hidup modern.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup dapat dilihat dari aktivitas seseorang dan menghabiskan waktunya di lingkungan tempat tinggalnya. Hal ini dapat dicontohkan dalam hal berpenampilan, dengan adanya pengaruh oleh keluarga atau teman sebaya, gaya penampilan seseorang dapat perlahan berubah. Seperti yang awalnya seseorang menghabiskan waktunya untuk berbelanja di toko, lalu dengan pengaruh teman sebaya maka seseorang mengikuti saran teman dan lebih memilih untuk menghabiskan waktunya untuk berbelanja di mall.

Menurut Neolaka (2008:64) gaya hidup dapat merusak lingkungan hidup. Ada beberapa gaya hidup di masyarakat yang dapat memperparah rusaknya lingkungan hidup yaitu: (1) gaya hidup yang menekankan pada kenikmatan, foya-foya, berpestapora (hedonisme), (2) gaya hidup yang mementingkan materi (materialisme), (3) gaya hidup yang konsumtif (konsumerisme), (4) gaya hidup sekuler atau mengutamakan keduniaan (sekularisme), (5) gaya hidup yang mementingkan diri sendiri (individualisme).

Berdasarkan uraian diatas yang dikemukakan mengenai gaya hidup, maka dapat disimpulkan bahwa sifat seseorang yang memiliki banyak kekurangan, salah satunya yaitu lingkungan hidup. Gaya hidup masyarakat yang suka berfoya-foya atau gaya hidup yang konsumtif dan lain lain yaitu dimana seseorang hidup dengan menghabiskan waktu dan uangnya untuk berbelanja ditempat perbelanjaan dan menggunakan barang atau produk-produk yang bermerk yang dapat menyenangkan hati seseorang.

2.1.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumtif

Menurut Suyasa & Fransisca yang dikutip oleh Triyangingsih (2011:175) faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif yaitu: (a) hadirnya iklan, (b) konformitas, (c) gaya hidup, (d) kartu kredit. Hadirnya iklan merupakan pesan yang menawarkan sebuah produk yang ditujukan kepada khalayak lewat suatu media yang bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat untuk mencoba dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan. Konformitas umumnya terjadi pada remaja, khususnya remaja putri. Hal tersebut disebabkan keinginan yang kuat pada remaja putri untuk tampil menarik, tidak berbeda dengan rekan-rekannya dan dapat diterima sebagai bagian dari kelompoknya. Munculnya perilaku konsumtif disebabkan gaya hidup budaya barat. Pembelian barang bermerk dan mewah yang berasal dari luar negeri dianggap dapat meningkatkan status sosial seseorang. Kartu kredit menyediakan fasilitas kredit bagi penggunanya. Sehingga penggunanya dapat menggunakan batas kredit yang ada tanpa takut tidak mempunyai uang ketika berbelanja.

Menurut pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa ada berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif diantaranya adalah hadirnya iklan, konformitas, gaya hidup dan kartu kredit. Dengan adanya faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang.

Sedangkan menurut Swastha dan Handoko dalam Sukari dan Susilantini (2013:156) seseorang berperilaku konsumtif dipengaruhi oleh dua faktor yaitu yang pertama adalah faktor eksternal atau lingkungan yang meliputi: (a) kebudayaan, (b) kelas sosial, (c) kelompok sosial, (d) keluarga dan (e) peran dan status sosial. Faktor yang kedua adalah faktor internal yang meliputi: (a) motivasi, (b) pengamatan, (c) belajar, (d) kepribadian, (e) konsep diri, (f) sikap dan keyakinan.

Menurut Swastha dan Handoko dapat disimpulkan bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi seseorang untuk berperilaku konsumtif yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal pertama yaitu kebudayaan. Pengaruh kebudayaan pada perilaku konsumen dapat tercermin pada cara hidup, kebiasaan, dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa di pasar. Perilaku konsumen antar kelas sosial yang satu akan berbeda dengan kelas sosial yang lain. Faktor eksternal yang kedua yaitu kelompok sosial. Kelompok mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap pendirian atau perilaku seseorang dalam berperilaku konsumtif. Faktor eksternal ketiga adalah keluarga. Keluarga merupakan pengaruh utama dalam pembentukan sikap dan perilaku seseorang. Peranan setiap anggota keluarga dalam membeli berbeda-beda menurut barang yang akan dibelinya. Anggota keluarga dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku membeli.

Faktor eksternal yang terakhir adalah peran dan status sosial yang meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang.

Faktor selanjutnya yaitu faktor internal. Faktor internal pertama adalah motivasi yaitu motivasi seseorang dalam membeli adalah memuaskan dorongan kebutuhan dan keinginan yang diarahkan untuk mengurangi rasa ketegangan. Faktor internal yang kedua adalah pengamatan yaitu hasil pengamatan individu akan membentuk pandangan tertentu terhadap suatu produk. Faktor internal yang ketiga adalah belajar. Proses pembelian oleh konsumen merupakan proses belajar yang dapat terjadi bila konsumen ingin menanggapi dan memperoleh suatu kepuasan. Faktor internal keempat adalah kepribadian. Sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat ini yang ada pada individu yang sangat menentukan perilakunya. Faktor internal yang kelima adalah konsep diri. Dasar pemikiran konsep diri adalah apa yang dimiliki seseorang memberi kontribusi dan mencerminkan identitas mereka.

2.1.2.3 Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono di dalam buku Sukari dan Susilantini (2013:16) indikator perilaku konsumtif adalah: (a) membeli produk karena iming-iming hadiah, (b) membeli produk karena kemasannya menarik, (c) membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, (d) membeli produk atas pertimbangan harga, (e) membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status, (f) memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, (g) membeli produk dengan harga mahal menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, (h) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda).

Berdasarkan pengertian yang telah dikemukakan bahwa indikator perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Sumartono lebih bersifat penjelasan terhadap keinginan seseorang dalam melakukan pembelian barang-barang kebutuhan, sehingga keinginan untuk mengkonsumsi secara berlebihan dan perilaku yang bertujuan untuk mencapai kepuasan semata.

2.1.2.4 Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Konsumtif menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Berdasarkan definisi diatas, menurut Deliarnov (2007:42) dalam perilaku konsumtif terdapat aspek positif antara lain sebagai berikut :

1. Kebutuhan terpenuhi
Dengan mengonsumsi barang dan jasa, maka kebutuhan konsumen akan barang dan jasa, maka kebutuhan konsumen akan barang dan jasa tersebut terpenuhi.
2. Timbul rasa puas
Rasa puas ini timbul karena konsumen bisa memilih kombinasi berbagai macam barang dan jasa yang terbaik dari anggaran yang tersedia
3. Memberi kemudahan rasa nyaman
Misalnya, ayahmu membeli mobil. Dengan mobil tersebut, ayahmu tidak perlu lagi berjalan kaki atau berdesak-desakan dalam bus
4. Menambah keuntungan pada pihak penjual (produsen)
Dengan membeli barang dan jasa dari penjual (produsen) produsen juga mendapatkan keuntungan berupa uang dari barang atau jasa yang dibeli konsumen.
5. Menambah pengalaman
Hal ini terjadi apabila konsumen mengonsumsi barang dan jasa baru, yang belum pernah dipakai atau digunakan sebelumnya.

Selain itu, perilaku konsumtif juga memiliki aspek negative. Menurut Saraswati dan Widaningsih (2006:128) adapun aspek negative perilaku konsumtif diantaranya :

1. Mendorong konsumen hidup boros.
2. Mendorong konsumen melakukan pengeluaran yang melebihi pendapatannya.
3. Mendorong konsumen melakukan pengeluaran konsumsi diluar batas kemampuannya sehingga akan melakukan pinjaman yang pada akhirnya akan terjebak utang.

Dari uraian diatas aspek-aspek perilaku konsumtif dibagi menjadi dua yaitu aspek positif dan aspek negatif. Adapun perilaku konsumtif berdampak positif karena akan memotivasi seseorang untuk menambah penghasilan sehingga dapat memenuhi kebutuhannya, dapat memberikan kepuasan juga terhadap seseorang yang berperilaku konsumtif karena perilaku konsumtif adalah salah satu gaya hidup bagi masyarakat. Sebagai contoh dengan adanya modernisasi terhadap barang-barang teknologi dapat merubah tata nilai dan sikap masyarakat yang awalnya irasional menjadi rasional menggunakan barang teknologi tersebut. Selain itu juga berkembangnya teknologi mempermudah masyarakat dalam melaksanakan kegiatan walaupun harus mengeluarkan biaya yang banyak untuk membeli teknologi tersebut.

Perilaku konsumtif juga akan berdampak negatif apabila dilakukan dengan berlebihan dan tidak semestinya yaitu dengan mengurangi kesempatan seseorang untuk menabung, mendorong sikap seseorang untuk berperilaku konsumtif, dan bila berlebihan melakukan pengeluaran maka akan menyebabkan terbiasa hidup boros. Sebagai contoh perilaku konsumtif yang akan berdampak negatif dengan mengkonsumsi atau menggunakan barang yang berteknologi canggih atau yang sedang trend pada masa kini, kebanyakan orang-orang pada saat ini ingin hidup hanya memikirkan gaya hidupnya saja meskipun mereka harus meminjam uang hanya untuk

membeli barang-barang tersebut. Selain itu juga berdampak pada sikap individualisme, seseorang merasa tidak membutuhkan orang lain lagi dalam melaksanakan tugas mereka. Sehingga merasa lupa bahwa manusia itu merupakan makhluk sosial yang seharusnya hidup bersama sama.

2.1.2.5 Perilaku Konsumen Terhadap Kebutuhan

Menurut Arfin (2007:2) kebutuhan adalah segala sesuatu yang diperlukan manusia untuk mencapai kesejahteraan. Kebutuhan manusia mencerminkan adanya perasaan kurang puas yang ingin dipenuhi dalam diri manusia yang muncul secara alamiah untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Menurut Purnastuti dan Mustikawati (2006:3) manusia membutuhkan banyak barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Begitu satu kebutuhan terpenuhi, akan banyak muncul kebutuhan lain. Menurut Suparmoko (2007:3) jika semua kebutuhan manusia itu dapat terpenuhi, manusia tersebut merasa puas dan sejahtera. Sebaliknya, jika suatu kebutuhan tidak dapat terpenuhi maka akan timbul kekecewaan pada diri manusia tersebut dan merasa tidak sejahtera

Menurut Rosyidi (2011:50) ada beberapa tingkatan kebutuhan manusia yaitu:

- a. Kebutuhan Primer (*Primary Needs*), yaitu kebutuhan pada tingkat yang pertama untuk membutuhkan sandang (pakaian), pangan (makanan), dan papan (tempat tinggal)
- b. Kebutuhan Sekunder (*Secondary Needs*), yaitu kebutuhan pada tingkat kedua, kebutuhan ini muncul karena telah terpenuhinya kebutuhan tingkat pertama maka munculah kebutuhan sekunder yang merupakan kebutuhan akan barang-barang perlu antara lain, kebutuhan sepatu, sepeda, pendidikan, dan sebagainya.
- c. Kebutuhan Tersier (*Tertiary Needs*), yaitu kebutuhan tingkat ketiga yang berisi kebutuhan akan barang mewah yang dipenuhi setelah kebutuhan primer

dan kebutuhan sekunder telah terpenuhi seperti, mobil mewah, piano, berlian, dan sebagainya.

- d. Kebutuhan Kuarter (Quartary Needs), yaitu kebutuhan tingkat keempat yang berisi kebutuhan akan barang yang benar-benar mubazir (yang sebenarnya tidak diperlukan sama sekali), dan seterusnya.

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa banyak kebutuhan manusia yang harus terpenuhi, jika kebutuhan manusia tidak terpenuhi maka manusia tidak bisa melakukan aktivitasnya bahkan tidak bisa hidup. Keinginan manusia terhadap barang dan jasa akan berpengaruh terhadap keberlangsungan hidup manusia itu sendiri. Barang dan jasa termasuk alat pemenuhan kebutuhan primer, sekunder, tersier dan kuarter. Pemenuhan berbagai kebutuhan tersebut memerlukan biaya yang mahal dan relative besar sehingga seseorang harus bekerja demi memperoleh penghasilan dan memenuhi kebutuhannya.

Menurut Badan Pusat Statistik (<https://www.bps.go.id> diakses pada tanggal 25 Agustus 2017 pada pukul 17.09 WIB) kebutuhan pokok sebagai kebutuhan penting yang harus dipenuhi dalam suatu masyarakat supaya mendapatkan hidup yang wajar dan layak. Kebutuhan ini diantaranya adalah makanan, pakaian, perumahan, kesehatan, pendidikan, transportasi, perawatan pribadi, dan lain lain. Alokasi pengeluaran itu secara garis besar dapat digolongkan dalam dua kelompok penggunaan, yaitu pengeluaran untuk makanan, pengeluaran untuk bukan makanan dan pengeluaran energy.

Ketiga tabel yang tertera pada lampiran pada halaman 118 menyajikan data rata-rata perkapita yang dikonsumsi oleh masyarakat. Konsumsi merupakan kegiatan individu dalam menghabiskan nilai guna suatu barang dan jasa. Pola konsumsi sering

digunakan sebagai salah satu indikator untuk mengukur tingkat kesejahteraan seseorang. Bentuk dari kebutuhan konsumsi masyarakat tidak hanya berbentuk makanan tetapi juga kebutuhan non makanan dan energy. Ada berbagai macam makanan yang dikonsumsi oleh masyarakat diantaranya adalah sayur-sayuran, kacang-kacangan, buah-buahan, minyak dan lemak, bahan minuman, bumbu-bumbuan, tembakau, padi-padian, umbi-umbian dan lain-lain. Selain itu ada berbagai macam juga pengeluaran non pangan yang dikonsumsi oleh masyarakat diantaranya adalah fasilitas rumah tangga, aneka barang dan jasa yang meliputi: (a) barang perawatan badan, (b) bacaan, (c) komunikasi yang berbentuk pulsa atau pembelian elektronik untuk komunikasi, (d) kendaraan bermotor, (e) transportasi, (f) pembantu rumah tangga, lalu ada pakaian, barang tahan lama, pajak dan asuransi dan yang terakhir keperluan pesta. Yang terakhir kebutuhan energy meliputi listrik, LPG, minyak tanah, arang dan kayu bakar.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian-penelitian yang terkait dengan manajemen keuangan dan perilaku konsumtif telah dilakukan sebelumnya, diantaranya dilakukan oleh Triska Dewi Prमितasari dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Manajemen Keuangan Pibadi dan Efikasi Diri terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNARS. Berdasarkan penelitian tersebut dari hasil uji t pada variabel X1 diperoleh nilai thitung ($3,614$) > ttabel ($1,98$) dengan nilai signifikansi 5%, maka variabel X1 berpengaruh terhadap variabel Y. Pada variabel X2 diperoleh nilai thitung ($7,306$) > ttabel ($1,98$) dengan nilai signifikansi 5%, maka variabel X2 berpengaruh terhadap

variabel Y. Sedangkan nilai R^2 sebesar 0,676. Artinya variabel X_1 dan X_2 berpengaruh sebesar 67,6% terhadap Y, sedangkan 32,4% dipengaruhi oleh faktor lain. Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh manajemen keuangan pribadi terhadap intensi berwirausaha, ada pengaruh efikasi diri terhadap intensi berwirausaha, dan ada pengaruh antara manajemen keuangan pribadi dan efikasi diri terhadap intensi berwirausaha

Penelitian relevan selanjutnya yang terkait dengan manajemen dan perilaku konsumtif telah dilakukan sebelumnya, dilakukan oleh Dias Kanserina dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Dias Kanserina menunjukkan (1) literasi ekonomi (X_1) berpengaruh negative terhadap perilaku konsumtif (Y) Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar -2,470. (2) gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar 12,839, (3) literasi ekonomi (X_1) dan gaya hidup (X_2) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar 85,453.

2.3 Kerangka Berpikir

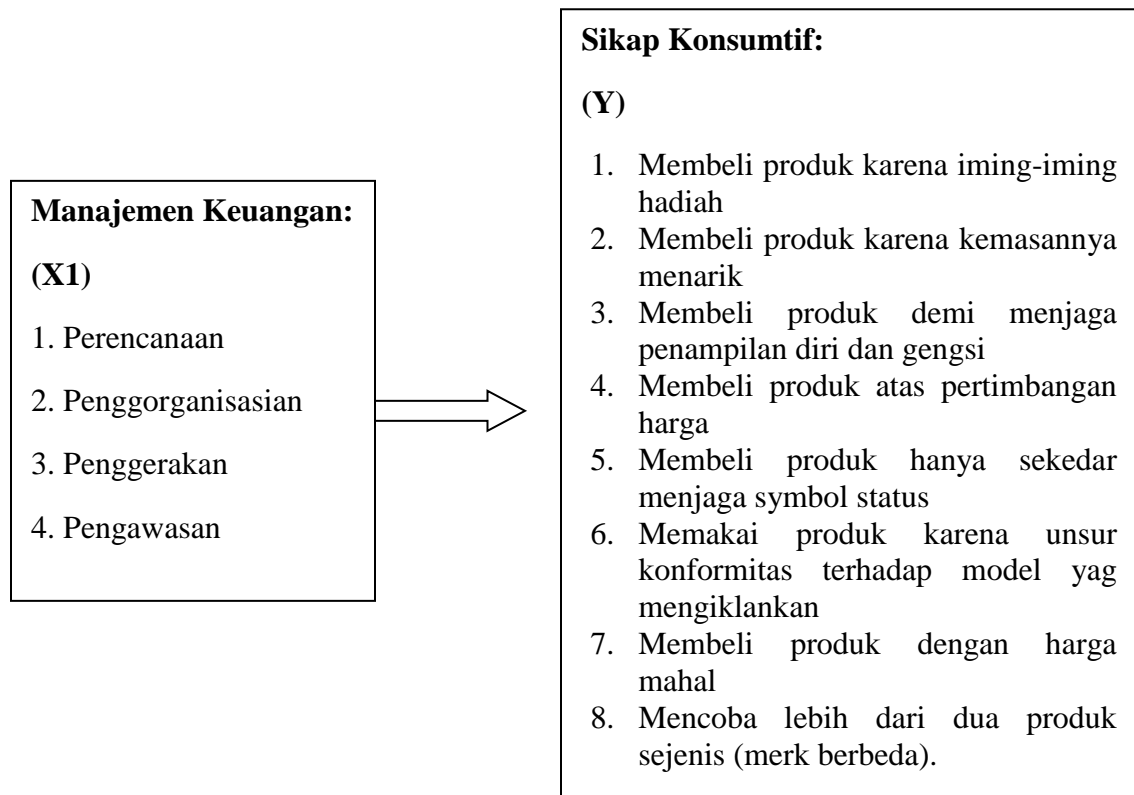
Pada setiap penelitian pasti diperlukan adanya kerangka berpikir sebagai pijakan atau sebagai pedoman dalam menentukan arah dari penelitian, hal ini diperlukan agar penelitian tetap terfokus pada kajian yang akan diteliti. Kerangka berpikir digunakan untuk memberikan konsep dalam pelaksanaan penelitian di lapangan, alur kerangka

berpikir yang dibuat oleh peneliti pada penelitian ini akan dideskripsikan sebagai berikut:

Memahami manajemen keuangan merupakan hal yang penting dalam diri seseorang agar seseorang dapat mengelola keuangan dengan sebaik-baiknya. Menurut Puruwita dan Hasanah manajemen keuangan merupakan manajemen terhadap fungsi-fungsi keuangan. Fungsi-fungsi keuangan tersebut meliputi bagaimana memperoleh dana dan bagaimana menggunakan dana tersebut. Maka dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan akan sangat membantu akan memberikan pemahaman untuk mengelola keuangan yang cerdas.

Jika mahasiswa tidak cerdas dalam mengelola keuangan mereka maka munculah perilaku konsumtif. Menurut Hasibuan perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditunjukkan untuk mengonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap jasa dan barang yang kurang atau bahkan tidak diperlukan. Perilaku ini lebih banyak dipengaruhi oleh nafsu yang semata-mata untuk memuaskan kesenangan dan lebih mementingkan keinginan dari kebutuhan, sehingga tanpa pertimbangan yang matang seseorang begitu mudah melakukan pengeluaran untuk macam-macam keinginan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pokoknya sendiri. Sikap konsumtif akan menghambat perilaku keuangan yang tepat, ketika seseorang memiliki sikap konsumtif maka tujuannya hanyalah bersenang-senang saja tanpa memikirkan kondisi keuangan dimasa depan.

Dengan penjelasan di atas, maka dapat dibuat skema seperti di bawah ini :



Bagan 2.2 Skema Kerangka Teoritik

2.4 Hipotesis Penelitian

Bedasarkan kajian teoritis dan kerangka berfikir yang telah dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian yaitu terdapat hubungan yang positif antara manajemen keuangan dengan sikap konsumtif.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan antara manajemen keuangan dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Tata Rias.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di gedung H (IKK) UNJ yang berlokasi di jalan Rawamangun Muka, Jakarta Timur yang dilakukan pada mahasiswa Tata Rias angkatan 2013 dan 2014. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember-Januari 2018.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Lebih spesifik lagi, penelitian ini menggunakan metode korelasional. Metode korelasional bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel, yaitu variabel bebas (manajemen keuangan) dengan variabel terikat (perilaku konsumtif). Metode pengumpulan data menggunakan metode survey.

Menurut Asra, Irawan dan Purwoto (2015:63) metode survey adalah suatu kegiatan pengumpulan informasi dengan cara yang terorganisir dan mengikuti metoda ilmiah tentang karakteristik dari semua atau sebagian populasi dengan menggunakan konsep, metode dan prosedur yang sudah baku serta mengkompilasi informasi tersebut kedalam suatu bentuk ringkasan yang berguna. Penggunaan

metode survey akan memudahkan peneliti untuk memperoleh data untuk diolah dengan tujuan memecahkan masalah yang menjadi tujuan akhir suatu penelitian.

3.4 Populasi dan Sampel

Menurut Asra, Irawan dan Purwoto (2015:70) populasi adalah kumpulan dari seluruh unsur atau elemen atau unit pengamatan (*observation unit*) yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi Pendidikan Vokasional Tata Rias Universitas Negeri Jakarta angkatan 2013 dan 2014 yang berjumlah sebanyak 117 orang.

Tabel 3.1 Populasi dan Sampel

No	Prodi IKK	Prodi Terjangkau	Angkatan	Sampel Angkatan	Jumlah Populasi	Sampel
1	T. Rias	T. Rias	2013	2013	117	83
2	T. Busana		2014			
3	T. Boga		2015	2014		
4	PKK		2016			

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populsai itu (Sugiyono, 2012:120). Sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling yaitu dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkn dapat menjawab permasalahan penelitian.

Pengambilan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan tabel Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 1%, 5%, 10% (Sugiyono, 2009:126). Berdasarkan tabel yang telah dilampirkan pada halaman 104 untuk populasi sebesar 120 dengan taraf kesalahan 10% diperlukan sampel sejumlah 83.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Suwartono (2014:41) teknik pengumpulan adalah berbagai cara yang digunakan untuk mengumpulkan data, menghimpun, mengambil, atau menjangkau penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber primer. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner atau angket yang memuat seperangkat daftar pertanyaan tertulis yang harus diisi oleh responden. Instrumen kuesioner digunakan untuk mendapatkan data variabel yang mempengaruhi yaitu (X1) manajemen keuangan dan variabel terikat (Y) perilaku konsumtif sebagai variabel yang mempengaruhi. Sumber datanya adalah mahasiswi tata rias angkatan 2013 dan 2014 di Universitas Negeri Jakarta.

3.5.1 Instrumen Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

3.5.1.1 Definisi Konseptual

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku di mana seseorang mengonsumsi barang-barang dan jasa yang dibutuhkan secara berlebihan yang dengan cara membeli atau menggunakan bahan yang ada atau menciptakan suatu barang sesuai kebutuhan.

3.5.1.2 Definisi Operasional

Perilaku konsumtif diukur berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang mencakup indikator perilaku konsumtif yaitu membeli produk karena iming-iming hadiah,

membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga, membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, membeli produk dengan harga mahal menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi dan mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda).

3.5.1.3 Kisi-Kisi Instrumen Perilaku Konsumtif

Kisi-kisi instrumen merupakan deskripsi mengenai ruang lingkup dan isi materi yang akan diujikan. Tujuan penyusunan kisi-kisi adalah untuk menentukan ruang lingkup dan untuk memberikan gambaran atau rincian mengenai nomor item pernyataan positif maupun negatif yang akan disebar sehingga dapat menjadi petunjuk dalam menulis soal.

Tabel. 3.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian Perilaku Konsumtif

Variabel	Aspek	Indikator	Nomer Soal		Jumlah soal
			Positif	Negatif	
Perilaku Konsumtif					
	Membeli produk karena iming-iming hadiah	- Hadiah menarik - Promosi menarik	4,16	-	2
	Membeli produk karena kemasannya menarik	- Kemasan atau model terbaru - Warna yang menarik	7,24,27	2	4
	Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi	- Keinginan untuk tampil menarik - Menunjang penampilan	10,13,19,31	29	5

	Membeli produk atas pertimbangan harga	- Adanya potongan Harga	17,23,30	8	4
	Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status	- Membeli karena faktor merk - Membeli karena ingin mempertahankan status	9,14,15,22		4
	Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan	- Membeli produk karena di promosikan oleh artis terkenal	3,11	26	3
	Membeli produk dengan harga mahal menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi	- Menggunakan pakaian mahal untuk tampil menarik	5,6,12,18	25	5
	Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda)	- Membeli berbagai macam model pakaian - Membeli pakaian dengan berbagai macam merk	1,20,21,28	32	5
Jumlah					32

3.5.1.4 Jenis Instrumen

Instrumen yang digunakan untuk mengetahui hubungan manajemen keuangan terhadap perilaku konsumtif menggunakan skala likert. Dari setiap pertanyaan yang diberikan responden akan diberikan 4 pilihan berbagai macam jawaban dan memilih satu kolom jawaban untuk diisi dengan memberi tanda (✓) pada kolom yang tersedia.

Tabel 3.3 Skala Likert

No	Klasifikasi jawaban	Nilai positif	Nilai negatif
1	Sangat setuju	4	1
2	Setuju	3	2
3	Tidak setuju	2	3
4	Sangat tidak setuju	1	4

3.5.1.5 Pengujian Validitas dan Perhitungan Reliabilitas

Untuk menentukan kelayakan tiap butir instrument, sebelum dilakukan penelitian kuesioner harus melewati tahap uji instrument. Uji instrument terdiri dari dua macam yaitu validitas dan reliabilitas.

3.5.1.5.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrument pengukuran dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut.

Dalam penelitian ini dilakukan analisis butir dengan rumus korelasi *product moment* (Arikunto, 2002 : 146), yaitu :

$$r_{XY} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum X^2)(\sum y^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi x dan y

$\sum xy$ = jumlah perkalian x dan y

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat dari x (deviasi x)

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat dari y (deviasi y)

3.5.1.5.2 Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yang baik adalah instrument yang dapat memberikan data yang sesuai dengan kenyataan. Prasyarat bagi sebuah instrument tes adalah validitas dan reliabilitas.

Uji reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach yaitu dengan membelah item sebanyak dua atau tiga bagian, sehingga setiap belahan berisi item dengan jumlah yang sama banyak. Dalam penelitian ini diuji reliabilitas dengan menggunakan rumus alpha yaitu :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Koefisien reliabilitas

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

1 = Bilangan konstan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian skor tiap butir pertanyaan

σ_t^2 = Varian total

3.5.1.6 Hasil Pengujian Validitas dan Perhitungan Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas, maka jumlah butir soal valid untuk variabel perilaku konsumtif adalah sebanyak 32 butir soal, sedangkan 8 butir soal lain drop. Reliabilitas untuk instrument variabel perilaku konsumtif adalah sebesar 0,951 yang artinya reliabilitas untuk instrument perilaku konsumtif sangat tinggi. Tabel interpretasi nilai reliabilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.4 Interpretasi nilai r

Besarnya nilai r	Interprestasi
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 – 1.00	Sangat kuat

3.5.2 Instrumen Variabel Bebas X (Manajemen Keuangan)

3.5.2.1 Definisi Konseptual

Manajemen keuangan merupakan semua kegiatan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan keuangan yang dimiliki oleh keluarga atau pribadi, sehingga dengan adanya manajemen keuangan seseorang dapat membuat rencana pemasukan dan pengeluaran serta kegiatan lainnya untuk meminimalkan pengeluaran seefisien mungkin.

3.5.2.2 Definisi Operasional

Manajemen keuangan merupakan kegiatan yang mencakup manajemen keuangan yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggerakan), *controlling* (pengawasan) yang lebih diutamakan manajemen keuangan keluarga dan pribadi, dimana manajemen keuangan menggunakan skala numerik dimana mencakup dari keempat unsur manajemen keuangan.

3.5.2.3 Kisi-Kisi Instrumen Manajemen Keuangan

Kisi-kisi instrument merupakan deskripsi mengenai ruang lingkup dan isi materi yang akan diujikan. Tujuan penyusunan kisi-kisi adalah untuk menentukan ruang lingkup dan untuk memberikan gambaran atau rincian mengenai nomor item pernyataan positif maupun negatif yang akan disebar sehingga dapat menjadi petunjuk dalam menulis soal.

Tabel 3.5 Kisi-kisi instrument manajemen keuangan

Variabel	Aspek	Indikator	Nomer Soal		Jumlah soal
			Positif	Negatif	
Manajemen Keuangan	<i>Planning</i> (Perencanaan)	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat anggaran - Menyediakan biaya tak terduga - Mencatat kebutuhan - Menabung untuk investasi 	1,5,6,12,20,25,30	3,9,18	10
	<i>Organizing</i> (Pengorganisasian)	<ul style="list-style-type: none"> - Mengatur keuangan - Bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan 	8,10,14,15, 24	19	6
	<i>Actuating</i> (Penggerakan)	<ul style="list-style-type: none"> - Motivasi untuk menabung - Mencari cara untuk menambah penghasilan 	7,13,17,21, 26,29	22,	7
	<i>Controlling</i> (Pengawasan)	<ul style="list-style-type: none"> - Mengecek kembali kebutuhan yang sudah dibeli - Mengontrol keuangan 	2,4,23,27	11,16,28	7
Jumlah					30

3.5.2.4 Jenis Instrumen

Jenis instrument yang digunakan adalah kuesioner atau angket tertutup dengan menggunakan *skala likert*. Alternative jawaban telah disediakan untuk mengisi tiap butir pertanyaan dalam instrument penelitian. Dari empat alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 sampai 4 sesuai dengan tingkat jawaban.

3.5.2.5 Pengujian Validitas dan Perhitungan Reliabilitas

Untuk menentukan kelayakan tiap butir instrument, sebelum dilakukan penelitian kuesioner harus melewati tahap uji instrumen. Uji instrument terdiri dari dua macam yaitu validitas dan reliabilitas.

3.5.2.5.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument dan ketepatan alat ukur sesuai dengan apa yang diukur. Suatu instrument pengukuran dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut.

Dalam penelitian ini dilakukan analisis butir dengan rumus korelasi *product moment* (Arikunto, 2002 : 146), yaitu :

$$r_{XY} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum X^2)(\sum y^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi x dan y

$\sum xy$ = jumlah perkalian x dan y

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat dari x (deviasi x)

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat dari y (deviasi y)

3.5.2.5.2 Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yang baik adalah instrument yang dapat memberikan data yang sesuai dengan kenyataan. Prasyarat bagi sebuah instrument tes adalah validitas dan reliabilitas.

Uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yaitu dengan membelah item sebanyak dua atau tiga bagian, sehingga setiap belahan berisi item dengan jumlah yang sama banyak. Dalam penelitian ini diuji reliabilitas dengan menggunakan rumus alpha yaitu :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Koefisien reliabilitas

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

1 = Bilangan konstan

$\sum ob^2$ = Jumlah varian skor tiap butir pertanyaan

σ^2 = Varian total

3.5.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Perhitungan Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas, maka jumlah butir soal valid untuk variabel manajemen keuangan adalah sebanyak 30 butir soal, sedangkan 10 butir soal lain drop. Reliabilitas untuk instrumen variabel manajemen keuangan adalah sebesar 0,916 yang artinya reliabilitas untuk instrumen manajemen keuangan sangat tinggi. Tabel interpretasi nilai reliabilitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.6 Interpretasi nilai r

Besarnya nilai r	Interprestasi
0,00 - 0,199	Sangat tidak andal
0,20 - 0,399	Tidak andal
0,40 - 0,599	Kurang andal
0,60 - 0,799	Andal
0,80 – 1.00	Sangat andal

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis hasil penelitian mengenai data tambahan subjek, menggunakan program SPSS yang penyajiannya dalam bentuk tabel dan diagram yang berisi frekuensi dan presentase untuk menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan di interpretasikan.

3.6.1 Uji Prasyarat Analisis

Pengujian persyaratan analisis dilakukan peneliti menggunakan analisis parametrik, maka dilakukan pengujian persyaratan analisis terhadap asumsi-asumsi untuk uji korelasi dan regresi.

3.6.1.1 Uji Normalitas

Sebelum melakukan analisis data terdapat tahap uji persyaratan analisis data terdapat tahap uji persyaratan analisis data. Dalam penelitian ini akan melakukan uji normalitas dan uji linearitas regresi. Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Regresi Y atas X berdistribusi normal atau tidak. Pengujian dilakukan terhadap taksiran regresi Y atas X dengan menggunakan rumus Kolmogorov – Smirnov dengan taraf signifikansi 0,05. Uji Kolmogorov – Smirnov dilakukan apabila data merupakan data tunggal atau frekuensi tunggal, bukan data dalam distribusi frekuensi kelompok.

Dengan Hipotesis yang akan diuji adalah :

H_0 : data berdistribusi normal

H_a : data tidak berdistribusi normal

Dengan kriteria pengujian tolak H_0 jika P value (signifikansi) $< 0,05$ dan terima H_0 jika P value (signifikansi) $> 0,05$.

3.6.1.2 Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas. Uji ini biasanya digunakan untuk prasyarat dalam analisis korelasi. Setiap persamaan regresi linier, hubungan antara variabel independen dan dependen harus linier. Pengujian linearitas dapat digunakan menggunakan *test for linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linieritas adalah jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah linier, dan jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah tidak linear.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel terikat. Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah (Sugiyono, 2015:261)

$$y = a + bx$$

Dimana:

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = Harga Y ketika harga X= 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan

pada perubahan variabel independen. Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Hipotesis statistik :

Ho : $Y = a + Bx$

Hi : $Y \neq z = bX$

Terima Ho jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, dan tolak Ho jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka persamaan regresi yang diperoleh adalah linier.

3.6.2 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah untuk menetapkan suatu dasar sehingga dapat mengumpulkan bukti yang berupa data-data dalam menentukan keputusan apakah menolak atau menerima kebenaran dari pernyataan atau asumsi yang telah dibuat.

3.6.2.1 Perhitungan Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel manajemen keuangan dengan perilaku konsumtif dapat menggunakan Product Moment (*product moment correlation*), Sugiyono (2013:142) untuk melihat hubungan antara kedua variabel, yaitu dengan menggunakan rumus uji R.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X^2)\}\{N \sum Y^2 - (\sum Y^2)\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara skor X dan Y

N = Jumlah responden

XY = Jumlah hasil perkalian antara skor X dan skor Y

X = Jumlah seluruh skor X

X^2 = Jumlah seluruh kuadrat skor X

Y = Jumlah seluruh skor Y

Y^2 = Jumlah seluruh kuadrat skor Y

3.6.2.2 Uji Keberartian Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui signifikan koefisien korelasi digunakan uji t dengan rumus

$$t = \frac{r\sqrt{n} - 2}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan :

t = skor signifikan koefisien korelasi

r^{xy} = koefisien korelasi product moment

n = banyaknya sampel / data

Kriteria pengujian dilakukan dengan uji distribusi t, yaitu jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka signifikan, yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara manajemen keuangan dengan perilaku konsumtif. Sedangkan jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka tidak signifikan, yang berarti tidak terdapat hubungan yang signifikan antara manajemen keuangan dengan perilaku konsumtif

Dilanjutkan perhitungan koefisien determinasi untuk mengetahui besar kecilnya sumbangan manajemen keuangan dengan perilaku konsumtif. Dengan menggunakan rumus koefisien determinasi, sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = besarnya koefisien determinan atau penentu

r = koefisien korelasi.

3.7 Hipotesis Statistik.

Hipotesis statistik adalah jawaban sementara tentang rumusan masalah penelitian yang belum dibuktikan kebenarannya. Hipotesis statistik pada penelitian ini menggunakan hipotesis asosiatif adalah suatu pernyataan yang menunjukan:

$H_0 : p = 0$ (tidak ada hubungan antara manajemen keuangan dengan perilaku konsumtif)

$H_a : p > 0$ (ada hubungan antara manajemen keuangan dengan perilaku konsumtif)

BAB IV

PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

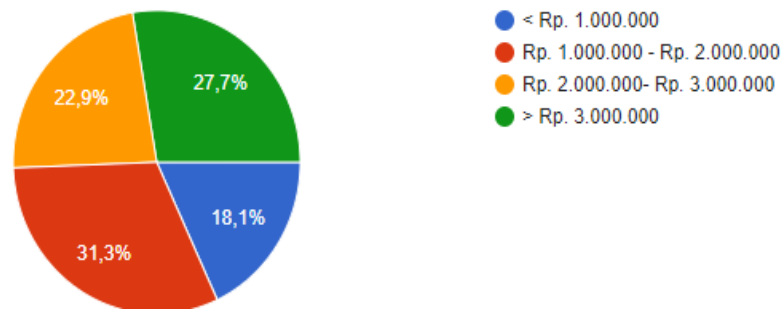
Deskripsi data penelitian ini bermaksud untuk memberikan gambaran secara umum dan didapatkan dari hasil pengolahan data dua variabel penelitian yang membahas mengenai *Hubungan Manajemen Keuangan Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Vokasional Tata Rias Universits Negeri Jakarta*. Variabel pertama adalah variabel bebas (X) manajemen keuangan dan variabel kedua adalah variabel terikat (Y) perilaku konsumtif. Data didapatkan dari hasil penyebaran 83 kuesioner dengan jumlah soal 62 buah, dengan rincian 30 butir soal untuk variabel X dan 32 butir soal untuk variabel Y. Kuesioner tersebut disebarkan kepada mahasiswa Pendidikan Vokasional Tata Rias angkatan 2013 dan 2014 sebanyak 83 mahasiswa sebagai respondennya.

4.1.1 Gambaran Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Jakarta (UNJ) Program Studi Pendidikan Vokasional Tata Rias angkatan 2013 dan 2014. Berdasarkan data responden yang didapat pada penelitian, dapat diketahui bahwa rentan umur responden adalah 20 – 23 tahun. Rata-rata uang saku atau pendapatan responden dapat dilihat pada diagram dibawah ini :

Uang Saku/ Pendapatan Perbulan

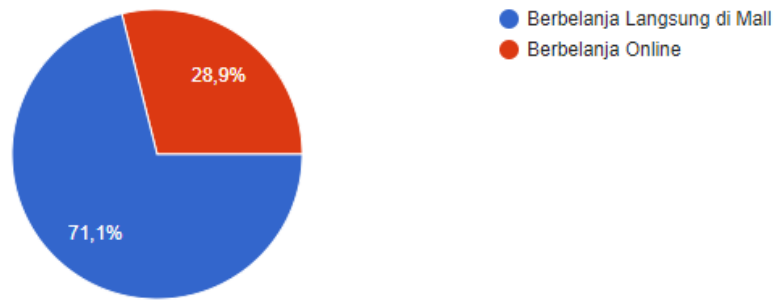
83 tanggapan



Gambar 4.1 Uang Saku/ Pendapatan Responden

Berdasarkan diagram di atas, sebanyak 18,1% responden memiliki uang saku/ pendapatan sebesar < Rp 1.000.000, dilanjutkan dengan 31,3% memiliki uang saku / pendapatan sebesar Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000, 22,9% responden dengan uang saku/ pendapatan sebesar Rp. 2.000.000 – Rp 3.000.000 dan 27,7% responden dengan uang saku/ pendapatan > Rp. 3.000.000.

Responden lebih lebih senang berbelanja langsung di mall yaitu sebanyak 71,1% responden dan sisanya responden lebih senang berbelanja online sebesar 28,9%. Agar lebih jelas dapat dilihat pada diagram dibawah ini :



Gambar 4.2 Tempat responden berbelanja

4.1.2 Deskripsi Data Perilaku Konsumtif (Variabel Y)

Perilaku konsumtif memiliki 32 butir pertanyaan dalam instrumen penelitian yang telah melalui uji validitas dan reliabilitas. perilaku konsumtif memiliki 8 aspek penilaian yaitu aspek membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga, membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, membeli produk dengan harga mahal menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda). Didapatkan skor minimum untuk perilaku konsumtif adalah sebesar 60, sedangkan nilai maksimum sebesar 117 dengan total skor sebesar 7356 dan varian 155.750. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.1 deskripsi data perilaku konsumtif.

Tabel 4.1 Deskripsi Data Perilaku Konsumtif

Perilaku Konsumtif	
N	83
Range	57
Minimum	60
Maksimum	117
Sum	7356
Mean	90,80
Std. Deviasi	12,480
Varian	155,750

Sebaran frekuensi untuk nilai perilaku konsumtif dapat dilihat pada tabel di bawah

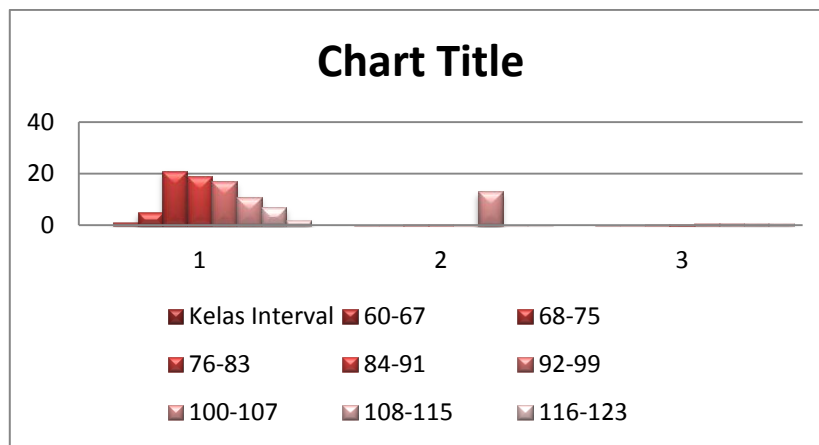
(perhitungan pada lampiran halaman 94)

Tabel 4.2 Sebaran Frekuensi Perilaku Konsumtif

Kelas Interval	Absolut	Relatif %	Kumulatif %
60-67	1	1,2%	1%
68-75	5	6,02%	6%
76-83	21	25,3%	27%
84-91	19	22,9%	46%
92-99	17	20,5%	63%
100-107	11	13,2	74%
108-115	7	8,4%	81%
116-123	2	2,4%	83%

Dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di atas, bahwa sebaran frekuensi terbanyak untuk nilai perilaku konsumtif berada pada nilai 76-83 sebanyak 21 orang, diikuti oleh nilai 84-91 sebanyak 19 orang, 92-99 sebanyak 17 orang, 100-107 sebanyak 11 orang, 108-115 sebanyak 7 orang, 68-75 sebanyak 5 orang, 116-123 sebanyak 2 orang dan 60-67 sebanyak 1 orang.

Gambar 4.3 Diagram Frekuensi Perilaku Konsumtif



Dari 32 butir soal dilakukan penghitungan jumlah rata – rata skor perindikator, didapatkan nilai rata – rata skor tertinggi berada pada indikator mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda) sebesar 1189 atau 13,2%, dan nilai rata – rata skor terendah berada pada indikator membeli produk karena iming-iming hadiah atau 13,3%. (proses perhitungan pada lampiran halaman 96) untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 4.3 Perhitungan Skor Rata-rata Per Indikator Perilaku Konsumtif

Variabel	Indikator	Jumlah skor indikator	Jumlah butir pertanyaan	Rata-rata Skor Indikator	Presentase %
Perilaku Konsumtif	Membeli produk karena iming-iming hadiah	481	2	240,5	13,3%
	Membeli produk karena kemasannya menarik	950	4	237,5	13,1%
	Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi	1077	5	215,4	12%
	Membeli produk atas pertimbangan harga	898	4	224,5	12,4%
	Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status	876	4	219	12.1%
	Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan	616	3	205,3	11,4%
	Membeli produk dengan harga mahal menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi	1131	5	226,2	12,5%
	Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda)	1189	5	237,8	13,2%
	Total		32	1806,2	100%

4.1.3 Deskripsi Data Manajemen Keuangan (Variabel X)

Manajemen keuangan memiliki 30 butir soal pertanyaan dalam instrument yang telah melalui uji validitas dan reliabilitas. Manajemen keuangan memiliki 4 aspek yaitu perencanaan, pengorganisasian, penggerakan sama pengawasan. Berdasarkan

pengolahan data yang telah dilakukan didapatkan nilai minimum untuk jumlah skor sebesar 72 dan nilai maksimum sebesar 117, dengan jumlah skor total sebesar 7729 dan rata-rata skor 90,80 dengan range 45, standar deviasi 10,072 dan varian 101,449. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel 4.4 deskripsi data manajemen keuangan:

Tabel 4.4 Deskripsi Data Manajemen Keuangan

Manajemen Keuangan	
N	83
Range	45
Minimum	72
Maksimum	117
Sum	7729
Mean	93,12
Std. Deviasi	10,072
Varian	101,449

Sebaran frekuensi untuk nilai manajemen dapat dilihat pada tabel di bawah (perhitungan pada lampiran halaman 95)

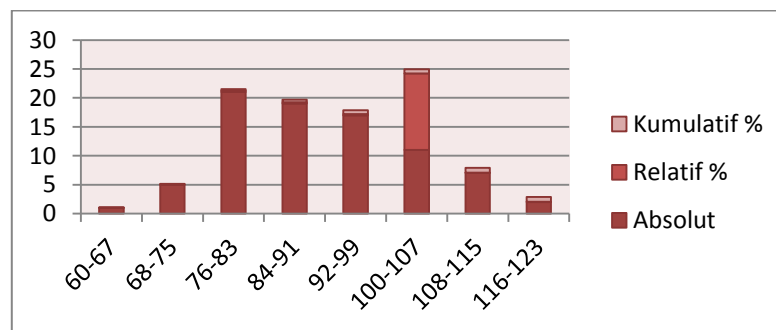
Tabel 4.5 Sebaran Frekuensi Manajemen Keuangan

Kelas Interval	Absolut	Relatif %	Kumulatif %
72-77	4	4,8%	4%
78-83	9	10,8%	13%
84-89	23	27,7%	36%

90-95	14	16,9%	50%
96-101	13	15,7%	63%
102-107	14	16,9%	77%
108-113	2	2,4%	79%
114-119	4	4,8%	83%

Dapat dilihat pada tabel distribusi frekuensi di atas, bahwa sebaran frekuensi terbanyak untuk nilai manajemen keuangan berada pada nilai 84-89 sebanyak 23 orang, diikuti oleh nilai 90-95 sebanyak 14 orang, 102-107 sebanyak 14 orang, 96-101 sebanyak 13 orang, 78-83 sebanyak 9 orang, 72-77 sebanyak 4 orang, 114-119 sebanyak 4 orang dan 108-113 sebanyak 2 orang.

Gambar 4.4 Diagram Frekuensi Manajemen Keuangan



Dari 30 butir soal dilakukan penghitungan jumlah rata – rata skor perindikator, didapatkan nilai rata – rata skor tertinggi berada pada indikator *planning* (perencanaan) sebesar 2487 atau 25,1%, dan nilai rata – rata skor terendah berada pada indikator *organizing* (pengorganisasian) sebesar 1472 atau 24,8% (proses perhitungan pada lampiran halaman 97) untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah :

Tabel 4.6 Perhitungan Skor Rata-rata Per Indikator Manajemen Keuangan

Variabel	Indikator	Jumlah skor indikator	Jumlah butir pertanyaan	Rata-rata Skor Inikator	Presentase %
Manajemen Keuangan	<i>Planning</i> (Perencanaan)	2487	10	248,7	25,1%
	<i>Organizing</i> (Pengorganisasian)	1472	6	245,3	24,8%
	<i>Actuating</i> (Penggerakan)	1788	7	255,4	25,8%
	<i>Controlling</i> (Pengawasan)	1686	7	240,8	24,3%
	Total		30	990,2	100%

4.2 Pengujian Persyaratan Analisis Data

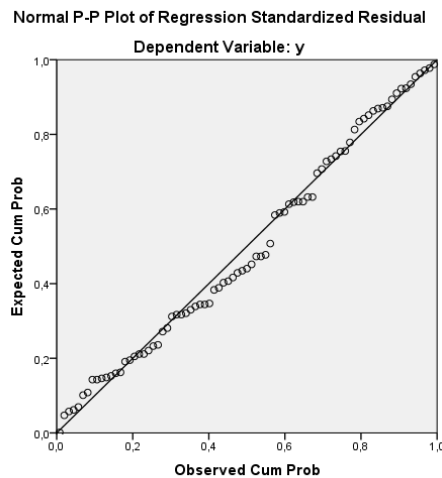
4.2.1 Uji Normalitas

Sebelum melakukan analisi data, perlu dilakukan uji normalitas data untuk mengetahui apakah data yang di dapat berdistribusi norlmal atau tidak. Peneliti menggunakan program SPSS untuk melakukan uji normalitas. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikasi lebih besar atau sama dengan 0,05.

Tabel 4.7 Kolmogorov Smirnov Test

No	Variabel	N	Alpha	P value	Keputusan	Keterangan
1	Manajemen Keuangan	83	0,05	0,090	Ho diterima	Normal
2	Sikap Konsumtif	83	0,05	0,063	Ho diterima	Normal

Berdasarkan hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi (*P value*) untuk variabel X (manajemen keuangan) sebesar 0,090 sehingga nilai signifikansi variabel X lebih besar dari 0,05 yang artinya data berdistribusi normal. Sedangkan nilai signifikansi (*P value*) untuk variabel Y (perilaku konsumtif) sebesar 0,090 sehingga nilai signifikansi variabel Y lebih besar dari 0,05 yang artinya data berdistribusi normal. P- P plot untuk data dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Gambar 4.5 P-P plot

Titik – titik data pada P- P yang mengikuti garis dan tersebar di sekitaran garis menandakan bahwa data berdistribusi normal.

4.2.2 Linearitas

Setelah melakukan uji normalitas dilanjutkan dengan uji linearitas, uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah data bersifat linear atau tidak. Dalam melakukan uji linearitas digunakan aplikasi SPSS, hasil uji linearitas dapat dilihat dari tabel anova di bawah :

Tabel 4.8 Anova Table

Model	Sig
Perilaku Konsumtif * Manajemen Keuangan	0,309

Taraf signifikansi dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila nilai signifikansi deviasi lebih dari 0,05. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, didapatkan nilai signifikansi deviasi sebesar 0,309 yang berarti lebih besar dari 0,05.

4.3 Pengujian Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini adalah :

1. $H_0 : p = 0$, tidak terdapat hubungan antara variabel X (manajemen keuangan) dan variabel Y (perilaku konsumtif)
2. $H_a : p > 0$, terdapat hubungan positif antara variabel X (manajemen keuangan) dan variabel Y (perilaku konsumtif)

Teknik analisis data yang digunakan adalah perhitungan korelasi *product moment*. Perhitungan ini digunakan untuk menentukan hubungan dan mencari koefisien korelasi (r) antara dua gejala interval, yaitu manajemen keuangan dengan perilaku konsumtif. Peneliti menggunakan aplikasi SPSS untuk menguji korelasi, hasil dari perhitungan data dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.9 Correlation Test

Variabel	N	Pearson Corelation	Sig (2-tailed)
Perilaku Konsumtif	83	0,704	0,000
Manajemen Keuangan	83	0,704	0,000

Correlation is significant at the 0,01 level

Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi perilaku konsumtif dengan manajemen keuangan sebesar 0,704 dengan taraf signifikansi 0,01, yang berarti hubungan antara manajemen keuangan dan perilaku konsumtif tinggi. Dilanjutkan dengan pengujian hipotesis yaitu dengan menghitung harga t. Peneliti menggunakan aplikasi SPSS untuk menghitung korelasi dan regresi, hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.10 Analisis Korelasi dan Regresi Manajemen Keuangan Dengan Perilaku Konsumtif

Variabel	r	R ²	Persamaan Garis	P Value
Constan Manajemen Keuangan	0,704	0.496	$Y = 9,560 + 0,872X$	0,000

Analisis regresi linear sederhana terhadap data penelitian antara manajemen keuangan dengan perilaku konsumtif dalam menghasilkan koefisien arah regresi sebesar 0,872 dan menghasilkan konstanta sebesar 9560 berdasarkan penjelasan tersebut maka persamaan garis regresi antara hubungan manajemen keuangan dengan perilaku konsumtif adalah $Y = 9,560 + 0,872X$. Persamaan garis regresi tersebut

menandakan bahwa setiap penambahan 1% nilai manajemen keuangan, maka nilai perilaku konsumtif akan bertambah sebesar 0,872.

Hasil perhitungan koefisien regresi menunjukkan koefisien konstanta sebesar 9,560 dan nilai signifikansi 0,000. Koefisien slope manajemen keuangan sebesar 0,872 dengan nilai signifikansi 0,000. Maka dengan demikian keputusan yang diambil adalah menolak H_0 dan menerima H_a yang artinya hubungan manajemen keuangan dengan perilaku konsumtif memiliki arah yang signifikan. Sedangkan koefisien slope nilai P value $< 0,05$ maka disimpulkan menolak H_0 yang berarti koefisien manajemen keuangan signifikan dalam memprediksi perilaku konsumtif.

Dilanjutkan dengan uji koefisien determinasi untuk mengetahui besar kecilnya sumbangan variabel manajemen keuangan terhadap perilaku konsumtif. Dari hasil perhitungan didapatkan nilai K_p sebesar 49,6% yang artinya manajemen keuangan terhadap perilaku konsumtif sebesar 49,6%, 50,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor – faktor penentu lainnya. Faktor-faktor lainnya adalah hadirnya iklan, konformitas, gaya hidup dan kartu kredit

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

Penjelasan yang di uraikan di atas, penelitian mengenai manajemen keuangan terhadap perilaku konsumtif berhasil menguji hipotesis yang telah di buat pada bab sebelumnya. Bahwa terdapat hubungan yang positif antara manajemen keuangan dengan perilaku konsumtif. Penjabaran tersebut hasil penelitian menyatakan bahwa data yang didapat berdistribusi normal. Kemudian hubungan antara variabel

manajemen keuangan dengan perilaku konsumtif menyatakan saling berhubungan searah dengan nilai korelasi = 0,704. Selain itu hubungan antara dua variabel dinyatakan berada dalam tingkat hubungan tinggi. Lalu variabel hasil manajemen keuangan terhadap perilaku konsumtif sebanyak 49,6% sedangkan sisanya 51,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

Penelitian ini merupakan penelitian survey, sehingga data yang didapat merupakan hasil dari pengisian kuesioner yang disebarkan kepada responden. Penelitian ini bertempat di Universitas Negeri Jakarta (UNJ). Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Jakarta (UNJ) program studi pendidikan vokasional tata rias sebanyak 83 responden.

Perilaku konsumtif pada penelitian ini dilihat dari delapan indikator membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga, membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, membeli produk dengan harga mahal menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda)

Data yang di dapat hasil pengisian kuesioner variabel Y (perilaku konsumtif) dapat diketahui skor minimum untuk perilaku konsumtif adalah sebesar 60 dan nilai maksimum sebesar 117. Sebaran frekuensi terbanyak berada pada nilai skor 76 – 83 sebanyak 21 orang.

Manajemen keuangan dalam penelitian ini dilihat dalam empat indikator yaitu *planning* (perencanaan) yaitu menentukan tujuan-tujuan yang hendak dicapai selama

suatu masa yang akan datang dan apa yang harus diperbuat agar dapat mencapai tujuan-tujuan itu. *organizing* (pengorganisasian) yaitu kegiatan dasar manajemen dilaksanakan untuk mengatur keuangan, *actuating* atau disebut juga dengan gerakan aksi mencakup kegiatan yang dilakukan seseorang untuk mengawali dan melanjutkan kegiatan yang ditetapkan oleh unsur perencanaan dan pengorganisasian agar tujuan-tujuan dalam keuangan dapat tercapai dan yang terakhir adalah *controlling* (pengawasan) yaitu suatu usaha untuk meneliti kembali kegiatan-kegiatan yang telah dan akan dilaksanakan dalam mengatur keuangan.

Pengisian kuesioner variabel X (manajemen keuangan) nilai skor minimum sebesar 72 dan maksimum 117, dengan frekuensi terbanyak berada pada nilai skor 84 – 89 sebanyak 23 orang.

Hasil perhitungan uji normalitas didapatkan nilai signifikansi (*P Value*) variabel X (manajemen keuangan) sebesar 0,090 sehingga nilai signifikansi variabel X lebih besar dari 0,05 yang artinya data berdistribusi normal. Sedangkan untuk nilai signifikansi (*P Value*) untuk variabel Y (perilaku konsumtif) sebesar 0,063 lebih besar dari 0,05 yang artinya data berdistribusi normal. Untuk uji linearitas berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, taraf signifikansi dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila nilai signifikansi lebih dari 0,05. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, didapatkan nilai signifikansi deviasi sebesar 0,309 yang berarti lebih besar dari 0,05.

Sesuai dengan penjelasan sebelumnya, bahwa pengujian hipotesis penguji berhasil membuktikan bahwa terdapat hubungan positif antara manajemen keuangan dengan perilaku konsumtif. Hasil analisis data menyatakan bahwa nilai koefisien

korelasi (r) 0,707 dengan taraf signifikansi 0,01 yang artinya terdapat hubungan antara manajemen keuangan dengan perilaku konsumtif yang bersifat tinggi. Nilai signifikansi atau p value 0,000. Koefisien manajemen keuangan sebesar 0,707 dan nilai signifikansi 0,000.

Hasil perhitungan persamaan regresi linear adalah: $Y = 9,560 + 0,872X$ persamaan garis regresi tersebut menandakan konstanta sebesar 9.560 yang berarti bahwa nilai konsisten variabel berpartisipasi sebesar 9.560 bahwa setiap penambahan sebesar 1% nilai manajemen keuangan, maka nilai sikap konsumtif akan bertambah sebesar 0,872. Koefisien regresi yang bernilai positif menandakan bahwa arah hubungan variabel x dan y adalah positif.

Dilanjutkan koefisien determinasi untuk mengetahui besar kecilnya variabel manajemen keuangan terhadap perilaku konsumtif. Dari hasil perhitungan didapatkan nilai K_p sebesar 49,6% yang artinya manajemen keuangan terhadap perilaku konsumtif 49,6% dan 50,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Faktor-faktor lainnya adalah hadirnya iklan, konformitas, gaya hidup dan kartu kredit

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Bedasarkan hasil penelitian yang meliputi dua variabel yaitu (X) manajemen keuangan dengan (Y) sikap konsumtif , maka dapat di simpulkan bahwa manajemen keuangan mahasiswi tata rias termasuk dalam kriteria tinggi, berdasarkan jawaban responden diketahui $r_{hitung} = 0,704$, dan perilaku konsumtif mahasiswi tata rias termasuk kriteria tinggi, berdasarkan jawaban responden diketahui $r_{hitung} = 0,704$. Hasil analisis yang didapatkan dalam penelitian ini bawah H_a diterima yaitu terdapat hubungan yang signifikan antara manajemen keuangan dengan perilaku konsumtif mahasiswa tata rias dengan demikian H_o ditolak. Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara manajemen keuangan dengan perilaku konsumtif. Hasil penelitian menyatakan bahwa data yang didapat berdistribusi normal, dan linear. Lalu variabel hasil manajemen keuangan terhadap perilaku konsumtif sebanyak 49,6% sedangkan sisanya 50,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

5.2 Saran

Saran – saran yang dapat diberikan penulis adalah sebagai berikut :

1. Melakukan penelitian lebih lanjut mengenai manajemen keuangan dan perilaku konsumtif sehingga dapat lebih memberikan pengetahuan dan wawasan kepada pembaca, mahasiswa ataupun masyarakat luas.

2. Penelitian berikutnya sangat diharapkan. Penelitian selanjutnya bisa menggunakan sampel dari berbagai universitas dan menambah variabel untuk mengukur manajemen keuangan dan perilaku konsumtif.
3. Mengetahui perilaku konsumtif yang ada pada diri mahasiswa khususnya mahasiswa tata rias agar mengurangi perilaku konsumtif
4. Untuk dapat lebih mengelola keuangan dengan baik agar tidak terjadinya perilaku konsumtif

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, I. (2007). *Membuka Cakrawala Ekonomi untuk Kelas X Sekolah Menengah Atas/ Madrasah Aliyah*. Bandung: PT Setia Purna Inves.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asra , A., Irawan, P. B., & Purwoto, A. (2015). *Metode Penelitian Survei*. Bogor: Penerbit In Media.
- Badan Pusat Statistik. (t.thn.). *diakses dari <https://www.bps.go.id>, diakses pada tanggal 10 agustus 2017 pada jam 20.15*.
- Bukhari, I. I. (2014). *Sudahkah Aku Menjadi Orangtua Shaleh?* Bandung: Khanzah Intelektual.
- Deanta. (2016). *Memahami Pos-Pos Laporan Keuangan Untuk Orang Awam*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Deliarnov. (2007). *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi*. Jakarta: Esis.
- Helmawati. (2014). *Pendidikan Keluarga*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Indrawan, R., & Yaniawati, R. P. (2014). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Refika Aditama.
- Kurnia, A., Widiyanto, S., & Sofianty, N. (2007). *Ilmu Pengetahuan Sosial*. Jakarta: Quadra.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & Daniel, C. M. (2001). *Pemasaran, Penerjemah: David Octarevia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manurung, A. H. (2008). *Financial Planner- Panduan Praktis Mengelola Keuangan Keluarga*. Jakarta: Kompas.
- Manurung, M. R., & Manurung, H. U. (1995). *Manajemen Keluarga*. Bandung: Indonesia Publishing House.
- Margaretha, F. (2007). *Manajemen Keuangan Bagi Industri Jasa*. Jakarta: Grasindo.
- Martin, L. (2010). *Financial Planning for Autis Child: Perencanaan Keuangan untuk Orangtua dengan Anak Penderita Autis*. Jogjakarta: Katahati.

- Masassya, E. G. (2006). *Cara Cerdas Mengelola Keuangan Pribadi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Neolaka, A. (2008). *Kesadaran Lingkungan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Prijosaksono, A., & Sembel, R. (2002). *Control Your Life: Aplikasi Manajemen Diri dalam Kehidupan Sehari-hari*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Purnamasari, E. P. (2015). *Pintar Kelola Keuangan*. Yogyakarta: Kobis.
- Purnastuti, L., & Mustikawati, R. I. (2006). *Ekonomi untuk SMA/MA Kelas X*. Yogyakarta: Grasindo.
- Purwita, D., & Hasanah, N. (2015). *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Lembaga Pengembangan Pendidikan Universits Negeri Jakarta.
- Puspitawati, H. (2015). *Ekologi Keluarga: Konsep dan Lingkungan*. Bogor: IPB Perss.
- Rosyidi, S. (2011). *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sangadji, E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Santoso, I. B., & Gunanto. (2010). *Cara Gampang Mengelola Keuangan Pribadi dan Keluarga*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Saraswati, M., & Widaningsih, I. (2006). *Be Smart Ilmu Pengetahuan Sosial (Geografi, Sejarah, Sosiologi Ekonomi) untuk Kelas VII Sekolah Menengah Pertama*. Jakarta: Grafindo Media Pratama.
- Senduk, S. (2000). *Seri Perencanaan Keuangan Keluarga*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Siregar, J. (2008). *Pengantar Tata Laksana Rumah Tangga*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.
- Sudjana. (2006). *Metode Statistik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugianto, A. H. (2007). *Banyak Cara Menjadi Kaya*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sukari, Larasati, T. A., Mudjijono, & Susilantini, E. (2013). *Perilaku Konsumtif Siswa SMA di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Yogyakarta: Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB).
- Susilantini, E., Mumfangati, T., & Suyami. (1997). *Konsep Sentral Kepengarangan KGPAA Mangku Negara IV*. Jakarta: Direktorat Jendral Kebudayaan.
- Suwartono. (2014). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Terry, G. R. (2009). *Dasar-Dasar Manajemen*. Terjemahan oleh Ticoalu, G.A. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Terry, G. R. (2013). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Terjemahan oleh Smith, J. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- UPI, Universitas Pendidikan Indonesia. (2007). *Ilmu dan Aplikasi Pendidikan*. Bandung: PT Intima.
- Wealth Manger Association. (2011). *The Secret of Wealth Manajemen: Cara Membangun Kekayaan Mulai Dari Nol*. Surabaya: Mic Publishing.
- Zuhri, N., & Akbar, R. (2015). *Ibu Menteri Keuangan Keluarga*. Solo: Tiga Serangkai

Kuesioner Manajemen Keuangan dan Perilaku Konsumtif

Nama *

Muti

Umur *

22

Uang Saku/ Pendapatan Perbulan *

- ☐ < Rp. 1.000.000
- ☒ Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
- ☐ Rp. 2.000.000- Rp. 3.000.000
- ☐ > Rp. 3.000.000

Lebih senang berbelanja di *

- ☒ Berbelanja Langsung di Mall
- ☐ Berbelanja Online

Manajemen Keuangan

1. Saya membuat anggaran pengeluaran belanja baik harian, bulanan, tahunan *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

2. Saya membandingkan harga produk yang saya beli di beberapa toko *

- ☒ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

3. Saya tidak membuat anggaran pengeluaran belanja *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☒ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

4. Saya mengecek kembali struk belanjaan setelah melakukan transaksi *

- ☒ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

5. Orangtua mengajarkan saya untuk menyediakan dana biaya tak terduga *

- ☒ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

6. Saya menyalurkan uang saku saya untuk investasi dimasa yang akan datang *

- ☒ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

7. Saya yakin dengan menabung akan membantu saya di masa yang akan datang *

- ☒ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

8. Saya mengatur uang yang saya terima dengan sebaik-baiknya *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☒ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

9. Saya tidak menyediakan dana untuk biaya tak terduga *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☒ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

10. Orangtua saya memberikan uang saku secara rutin *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

11. Saya tidak mencari informasi tentang barang yang akan saya beli *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☒ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

12. Saya mencatat apa yang akan saya butuhkan sebelum berbelanja *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

13. Orangtua saya memotivasi saya untuk menabung secara rutin *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

14. Saya mengatur keuangan berdasarkan kebutuhan *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

15. Saya mengatur keuangan berdasarkan keinginan *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

16. Saya tidak mengecek kembali catatan keuangan yang telah saya buat *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☒ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

17. Orangtua saya menjelaskan secara detail bagaimana mengelola keuangan dengan benar *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☒ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

18. Orangtua tidak mengajarkan saya untuk menabung secara rutin *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☒ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

19. Orangtua saya tidak memberikan uang saku secara rutin

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☒ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

20. Saya menabung untuk investasi di masa yang akan datang *

- ☒ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

21. Saya bekerja paruh waktu untuk menghasilkan biaya tambahan *

- ☒ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

22. Orangtua saya tidak memotivasi saya untuk menabung *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☒ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

23. Saya mengontrol keuangan saya agar tidak melebihi pengeluaran *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

24. Orangtua saya memberikan tanggungjawab kepada saya agar uang saku yang diberikan cukup untuk memenuhi kebutuhan saya *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

25. Orangtua mengajarkan saya untuk membuat perencanaan keuangan *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

26. Saya akan mencari cara untuk menambah uang saku saya *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

27. Orang tua saya sering mengontrol penggunaan uang saku saya *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

28. Saya tidak mengecek kembali struk belanjaan saya setelah melakukan transaksi *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☒ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

29. Orangtua saya akan menasehati saya jika uang saku saya habis sebelum waktunya *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

30. Orangtua mengajarkan saya untuk menabung secara rutin *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

Perilaku Konsumtif

1. Saya membeli pakaian baru, meskipun masih banyak pakaian yang masih bisa di pakai *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

2. Saya tidak tertarik untuk membeli pakaian karena model yang bagus *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☒ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

3. Saya terpengaruh untuk membeli pakaian yang digunakan oleh public figure *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

4. Saya cenderung membeli pakaian yang berlabel "beli 1 gratis 1" *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

5. Saya berbelanja pakaian mahal yang membuat saya berani untuk tampil di depan umum *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

6. Menggunakan pakaian yang mahal dapat membuat saya lebih menarik *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

7. Saya terpengaruh untuk membeli model pakaian yang terbaru *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

8. Apabila ada potongan harga pada suatu pakaian, saya tidak akan langsung membelinya *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

9. Saya berbelanja pakaian ditempat orang-orang dari golongan kelas ekonomi keatas *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

10. Saya membelanjakan uang yang lebih banyak untuk membeli pakaian agar saya tampil menarik *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

11. Saya membeli pakaian yang dipromosikan oleh artis terkenal *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

12. Percaya diri saya meningkat ketika saya menggunakan pakaian yang mahal *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

13. Saya membelanjakan uang yang lebih banyak untuk membeli pakaian untuk menunjang penampilan saya *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

14. Ketika membeli pakaian, merk merupakan hal yang penting bagi saya *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

15. Saya membeli pakaian dengan merk terkenal agar tampak keren *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

16. Ketika berbelanja pakaian saya langsung membeli pakaian yang menawarkan pengiriman gratis *

- ☒ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

17. Saya mengincar pakaian mahal apabila sedang berbelanja pakaian *

- ☒ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

18. Belanja pakaian dengan merk tertentu dapat meningkatkan keyakinan diri saya *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

19. Uang saya lebih banyak terpakai untuk membeli pakaian *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

20. Saya membeli berbagai macam model pakaian dengan merek berbeda *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

21. Saya berbelanja pakaian model terbaru *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

22. Saya berbelanja pakaian dengan merk terkenal *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

23. Apabila ada potongan harga ketika berbelanja pakaian, saya akan langsung membelinya. *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☒ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

24. Saya berbelanja pakaian dengan banyak variasi warna yang berbeda *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

25. Membeli pakaian dengan harga mahal membuat saya tidak tampil menarik *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☒ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

26. Saya tidak membeli pakaian yang dipromosikan oleh artis terkenal *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☒ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

27. Saya membeli pakaian dengan berbagai macam warna kesukaan saya *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

28. Saya membeli berbagai macam pakaian dengan model yang sama *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

29. Saya tidak banyak mengeluarkan uang untuk mengubah penampilan *

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☒ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

30. Saya berbelanja pakaian yang memberikan diskon menarik *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tida Setuju

31. Saya membeli pakaian yang sedang trend saat ini agar terlihat menarik *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

32. Saya tidak mudah tertarik untuk membeli pakaian yang sedang discount *

- ☐ Sangat Setuju
- ☒ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formulir

LAMPIRAN 2

PERHITUNGAN VALIDITAS VARIABEL Y

1	responden	no soal perilaku konsumtif																																								Jumlah skor	
2		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40		
3	1	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	89	
4	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	1	2	2	2	3	3	2	102	
5	3	3	3	2	4	2	3	3	2	2	2	2	2	1	3	4	2	2	2	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	112
6	4	2	3	2	3	2	3	3	2	2	4	2	2	2	2	3	4	2	2	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	4	4	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	117
7	5	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	1	3	4	3	1	3	3	2	3	89	
8	6	4	4	4	4	4	4	3	2	4	2	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	2	4	4	4	3	4	2	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	137
9	7	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	92	
10	8	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	93	
11	9	3	1	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4	3	2	2	3	4	3	3	3	1	4	4	2	3	3	4	4	3	2	3	2	3	2	3	3	3	4	108	
12	10	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	4	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	94	
13	11	1	4	2	3	2	2	2	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	1	2	2	2	2	3	3	3	2	2	88	
14	12	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	1	1	2	2	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	2	4	4	3	3	4	3	2	3	123	
15	13	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	2	4	4	3	3	4	3	3	3	119	
16	14	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	2	3	2	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	2	4	136	
17	15	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	113	
18	16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	117	
19	17	3	3	2	4	4	4	4	4	3	2	3	3	2	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	134	
20	18	2	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	118	
21	r hitung	0,73	0,583	0,634	0,5278	0,88	0,88	0,88	0,58	0,83	0,472	0,31	0,553	0,4	0,35	0,9	0,81	0,62	0,6	0,505	0,57	0,69	0,149	0,55	0,53	0,234	0,723	0,615	0,62	0,08	0,465	0,693	0,705	0,528	0,421	0,576	0,861	0,551	0,404	0,52	0,78		
22	r tabel	0,47	0,468	0,468	0,468	0,47	0,47	0,47	0,47	0,468	0,468	0,468	0,468	0,47	0,47	0,47	0,47	0,468	0,47	0,468	0,47	0,47	0,468	0,47	0,47	0,468	0,468	0,468	0,47	0,47	0,468	0,468	0,468	0,468	0,468	0,468	0,468	0,468	0,468	0,47	0,47		
23	ket	v	v	v	v	v	v	v	v	v	d	v	d	d	v	v	v	v	v	v	v	d	v	v	d	v	v	v	d	v	v	v	v	d	v	v	v	d	v	v			

LAMPIRAN 3 PERHITUNGAN VALIDITAS VARIABEL X

responden	no soal manajemen keuangan																																								Jumlah skor	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40		
1	3	2	2	3	4	4	4	4	3	3	4	2	2	4	2	3	3	2	2	2	3	1	2	2	1	3	4	3	2	3	3	3	4	4	2	4	1	2	2	3	110	
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	111	
3	1	4	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	4	3	3	2	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	108	
4	2	3	2	3	3	3	4	4	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	115	
5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	2	4	4	2	4	4	4	3	4	3	2	4	4	4	4	3	4	141	
6	3	4	3	3	3	3	4	4	4	2	4	1	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	1	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	131	
7	3	4	3	3	3	2	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	2	2	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	2	4	3	3	2	4	3	130	
8	2	3	2	4	2	3	3	4	4	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	115	
9	3	4	3	3	4	4	3	4	3	2	3	2	3	3	2	4	4	3	4	4	4	2	2	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	137	
10	3	3	3	2	3	3	4	4	3	2	3	2	2	3	2	3	4	1	3	3	3	2	2	2	3	4	2	3	3	4	4	3	2	3	3	4	1	2	2	3	111	
11	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	148	
12	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	4	3	129	
13	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	4	3	2	4	3	3	3	3	1	2	3	2	2	4	2	4	3	3	4	4	4	1	4	2	2	3	3	3	116	
14	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	2	4	3	4	3	3	3	4	4	1	3	4	2	3	3	4	135	
15	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	109
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	114
17	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	137	
18	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	116
R hitung	0,54	0,664	0,55	0,56	0,66	0,541	0,46	0,53	0,51	0,44	0,55	0,21	0,5	0,595	0,573	0,603	0,6	0,6	0,72	0,63	0,65	0,46	0,05	0,29	0,5	0,49	0,473	0,513	0,37	0,568	0,073	0,67	0,31	0,02	0,53	0,51	0,54	0,526	0,527	0,825		
rtabel	0,47	0,468	0,47	0,468	0,47	0,468	0,47	0,47	0,47	0,47	0,47	0,47	0,468	0,468	0,468	0,468	0,47	0,47	0,468	0,47	0,47	0,47	0,47	0,47	0,47	0,47	0,468	0,468	0,47	0,468	0,468	0,47	0,47	0,47	0,47	0,47	0,47	0,468	0,468	0,468		
ket	v	v	v	v	v	v	d	v	v	d	v	d	v	v	v	v	v	v	v	v	d	d	d	v	v	v	v	d	v	d	v	d	d	v	v	v	v	v	v	v		

LAMPIRAN 4 UJI REABILITAS VARIABEL

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,951	32

0,20 – 0,399 : Rendah

0,40 – 0,599 : Cukup

0,60 – 0,799 : tinggi

0,80 – 1,0 : Sangat tinggi

Bedasarkan data uji coba penelitian sebanyak 32 butir soal untuk variabel Y yaitu perilaku konsumtif didapatkan hasil reliabilitas data pada variabel Y yaitu 0,951 yang berarti sangat tinggi.

LAMPIRAN 5
UJI REABILITAS VARIABEL X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,916	30

Koefisien Reliabilitas

0,20 – 0,399 : Rendah

0,40 – 0,599 : Cukup

0,60 – 0,799 : tinggi

0,80 – 1,0 : Sangat tinggi

Bedasarkan data uji coba penelitian sebanyak 30 butir soal untuk variabel X yaitu manajemen keuangan didapatkan hasil reliabilitas data pada variabel Y yaitu perilaku konsumtif 0,916 yang berarti sangat tinggi.

LAMPIRAN 6

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif pada variabel Perilaku Konsumtif (Y) dan variabel Manajemen Keuangan (X) dilakukan dengan aplikasi SPSS 22.00, hasil yang didapatkan dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

Statistics

	X	y
N Valid	83	83
Missing	0	0
Mean	93,12	90,80
Median	91,00	90,00
Std. Deviation	10,072	12,480
Variance	101,449	155,750
Range	45	57
Minimum	72	60
Maximum	117	117
Sum	7729	7536

Dari hasil perhitungan diatas, dapat diketahui dari 83 responden, didapatkan nilai minimum variabel X sebesar 72 dan variabel Y sebesar 60. Nilai maksimum variabel X sebesar 117 dan variabel Y sebesar 117. Rata-rata variabel X sebesar 91,00 dan variabel Y sebesar 90,00. Standar deviasi variabel X sebesar 10,072 dan variabel Y sebesar 12,480. M

LAMPIRAN 7

Perhitungan Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		X	y
N		83	83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	88,45	87,33
	Std. Deviation	8,333	14,304
Most Extreme Differences	Absolute	,090	,095
	Positive	,090	,095
	Negative	-,056	-,060
Test Statistic		,090	,095
Asymp. Sig. (2-tailed)		,090 ^c	,063 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Dalam melakukan uji normalitas, peneliti menggunakan Kolmogorov-Smirnov pada aplikasi SPSS 22.00. Berdasarkan output, didapatkan nilai signifikansi untuk perilaku konsumtif sebesar 0,063 dan nilai signifikansi variabel manajemen keuangan sebesar 0,090. Maka dapat diketahui bahwa nilai signifikansi kedua variabel kurang dari 0,05 ($0,090 > 0,05$ dan $0,63 > 0,005$) sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

LAMPIRAN 8 Perhitungan Linearitas

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
y * x					
Between Groups (Combined)	7230,553	32	225,955	1,183	,292
Linearity	331,874	1	331,874	1,738	,193
Deviation from Linearity	6898,678	31	222,538	1,165	,309
Within Groups	9547,664	50	190,953		
Total	16778,217	82			

Taraf signifikansi dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila nilai signifikansi deviasi lebih dari 0,05. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, didapatkan nilai signifikansi deviasi sebesar 0,309 yang berarti lebih besar dari 0,05.

LAMPIRAN 9

Proses Perhitungan Frekuensi Variabel Perilaku Konsumtif

1. Nilai max = 117
2. Nilai min = 60
3. Menentukan range = Nilai max – nilai min
= 117 - 60
= 57
4. Interval Kelas = $1 + (3,3) \log n$
= $1 + (3,3) \log 83$
= 7,332958 dibulatkan menjadi 7
5. Panjang Kelas = range
Interval Kelas
= $\frac{57}{7}$
= 8,142 dibulatkan menjadi 8

Kelas Interval	Absolut	Relatif %	Kumulatif %
60-67	1	1,2%	1%
68-75	5	6,02%	6%
76-83	21	25,3%	27%
84-91	19	22,9%	46%
92-99	17	20,5%	63%
100-107	11	13,2	74%
108-115	7	8,4%	81%
116-123	2	2,4%	83%

LAMPIRAN 10

Proses Perhitungan Frekuensi Variabel Manajemen Keuangan

1. Nilai max = 117
2. Nilai min = 72
3. Menentukan range = Nilai max – nilai min
= 117 - 72
= 45
4. Interval Kelas = $1 + (3,3) \log n$
= $1 + (3,3) \log 83$
= 7,332958 dibulatkan menjadi 7
5. Panjang Kelas = $\frac{\text{range}}{\text{Interval Kelas}}$
= $\frac{45}{7}$
= 6,428 dibulatkan menjadi 6

Kelas Interval	Absolut	Relatif %	Kumulatif %
60-67	1	1,2%	1%
68-75	5	6,02%	6%
76-83	21	25,3%	27%
84-91	19	22,9%	46%
92-99	17	20,5%	63%
100-107	11	13,2	74%
108-115	7	8,4%	81%
116-123	2	2,4%	83%

LAMPIRAN 11

Proses Perhitungan Rata-Rata Nilai Skor Total Per Variabel Perilaku Konsumtif

1. Jumlah nilai skor indikator adalah total nilai dari jawaban responden.
2. Jumlah butir pertanyaan adalah jumlah banyaknya pertanyaan.
3. Rata-rata skor indikator:

$$\frac{\text{Jumlah skor indikator}}{\text{Jumlah butir pertanyaan}}$$

Contoh:

Perhitungan indikator Membeli Produk Karena Iming-iming Hadiah

$$\frac{481}{2} = 240,5$$

4. Persentase :

$$\frac{\text{Rata-rata skor indikator}}{\text{Total rata-rata skor indikator}} \times 100\%$$

Contoh :

Perhitungan Indikator Membeli Produk Karena Iming-iming hadiah

$$\frac{240,5}{1806,2} \times 100\% = 13,3\%$$

LAMPIRAN 12

Proses Perhitungan Rata-Rata Nilai Skor Total Per Variabel Manajemen Keuangan

1. Jumlah nilai skor indikator adalah total nilai dari jawaban responden.
2. Jumlah butir pertanyaan adalah jumlah banyaknya pertanyaan.
3. Rata-rata skor indikator:

$$\frac{\text{Jumlah skor indikator}}{\text{Jumlah butir pertanyaan}}$$

Contoh:

Perhitungan indikator Perencanaan

$$\frac{2487}{10} = 248,7$$

4. Persentase :

$$\frac{\text{Rata-rata skor indikator}}{\text{Total rata-rata skor indikator}} \times 100\%$$

Contoh :

Perhitungan Indikator Perencanaan

$$\frac{248,7}{990,2} \times 100\% = 25,1\%$$

LAMPIRAN 13

Perhitungan Korelasi Product Moment

Correlations			
		x	y
x	Pearson Correlation	1	,704**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	83	83
y	Pearson Correlation	,704**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	83	83

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dalam menghitung korelasi peneliti menggunakan Pearson Product Moment pada aplikasi SPSS 22.00. Hasil output menyatakan bahwa koefisien (r) adalah sebesar 0,704. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel X dan Y adalah cukup. Interpretasi nilai r dapat dilihat pada tabel berikut:

Besarnya nilai r	Interpretasi
0,00-0,20	Sangat rendah (tak berkorelasi)
0,21-0,40	Rendah
0,41-0,08	Agak Rendah
0,61-0,08	Cukup
0,81-1,00	Tinggi

Sumber: Arikunto 2012

LAMPIRAN 14

Perhitungan Regresi Linear Sederhana

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,704 ^a	,496	,489	8,917

a. Predictors: (Constant), x

b. Dependent Variable: y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6330,814	1	6330,814	79,618	,000 ^b
	Residual	6440,704	81	79,515		
	Total	12771,518	82			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,560	9,157		1,044	,300
	x	,872	,098	,704	8,923	,000

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan perhitungan regresi linear sederhana, apat diketahui nilai r sebesar 0,704 yang artinya hubungan antara manajemen keuangan dengan sikap konsumtif cukup tinggi. Nilai R square (koefisien determinasi) sebesar 0,496 yang

artinya persamaan garis regresi yang diperoleh dapat menerangkan 49,6% mengenai perilaku konsumtif.

Hasil perhitungan koefisien regresi menunjukkan koefisien konstanta sebesar 9,560 dan nilai signifikansi 0,000. Koefisien slope manajemen keuangan sebesar 0,872 dan nilai signifikansi 0,000, maka menolak H_0 dan menerima H_a yang artinya hubungan manajemen keuangan dengan perilaku konsumtif memiliki arah signifikan. Maka dapat disimpulkan menolak H_0 yang berarti koefisien manajemen keuangan signifikan dalam memprediksi perilaku konsumtif.

LAMPIRAN 15

Persamaan Garis Linear

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,560	9,157		1,044	,000
x	,872	,098	,704	8,923	,000

a. Dependent Variable: y

Diketahui nilai konstanta sebesar 9,560, sedangkan manajemen keuangan (koefisien regresi) sebesar 0,872. Sehingga persamaan regresinya dapat ditulis

$$Y = a + bX$$

$$Y = 9,560 + 0,872X$$

Konstanta sebesar 9,560 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel partisipasi sebesar 9.560. koefisien regresi X sebesar 0,872 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai manajemen keuangan, maka nilai perilaku konsumtif akan bertambah sebesar 0,872. Koefisien regresi yang bernilai positif menandakan bahwa arah hubungan antara variabel x dan y adalah positif.

LAMPIRAN 16

Perhitungan Koefisien Determinasi

Untuk mencari seberapa persen berpengaruhnya variabel Y yang ditentukan oleh variabel X, maka digunakan koefisien determinasi dengan rumus:

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r_{xy}^2 \times 100\% \\ &= 0,496 \times 100\% \\ &= 49,6\% \end{aligned}$$

Sehingga dari hasil perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa peran variabel manajemen keuangan terhadap perilaku konsumtif adalah sebesar 49,6%.

LAMPIRAN 17

Tabel R

n	Taraf Signifikan		n	Taraf Signifikan		n	Taraf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	10	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	12	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	15	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	17	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	20	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	30	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	40	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	50	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	60	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

LAMPIRAN 18

PENENTUAN JUMLAH SAMPEL DARI POPULASI TERTENTU DENGAN TARAF KESALAHAN, 1, 5, DAN 10 %

N	Siginifikasi			N	Siginifikasi		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138
15	15	14	14	290	202	158	140
20	19	19	19	300	207	161	143
25	24	23	23	320	216	167	147
30	29	28	28	340	225	172	151
35	33	32	32	360	234	177	155
40	38	36	36	380	242	182	158
45	42	40	39	400	250	186	162
50	47	44	42	420	257	191	165
55	51	48	46	440	265	195	168
60	55	51	49	460	272	198	171
65	59	55	53	480	279	202	173
70	63	58	56	500	285	205	176
75	67	62	59	550	301	213	182
80	71	65	62	600	315	221	187
85	75	68	65	650	329	227	191
90	79	72	68	700	341	233	195
95	83	75	71	750	352	238	199
100	87	78	73	800	363	243	202
110	94	84	78	850	373	247	205

120	102	89	83	900	382	251	208
130	109	95	88	950	391	255	211
140	116	100	92	1000	399	258	213
150	122	105	97	1100	414	265	217
160	129	110	101	1200	427	270	221
170	135	114	105	1300	440	275	224
180	142	119	108	1400	450	279	227
190	148	123	112	1500	460	283	229
200	154	127	115	1600	469	286	232
210	160	131	118	1700	477	289	234
220	165	135	122	1800	485	292	235
230	171	139	125	1900	492	294	237
240	176	142	127	2000	498	297	238
250	182	146	130	2200	510	301	241
260	187	149	133	2400	520	304	243
270	192	152	135	2600	529	307	245

LAMPIRAN 19
RATA-RATA PERKAPITA KONSUMSI MASYARAKAT

Pengeluaran Makanan / *Food Expenditure* Perkapita Maret 2012

No	Kelompok Barang/ <i>Commodity Groups</i>	Pengeluaran/ <i>Expenditure</i>
1	Padi-padian / <i>Cereals</i>	57.908
2	Umbi-umbian / <i>Tubers</i>	2.785
3	Ikan / <i>Fish</i>	26.600
4	Daging/ <i>Meat</i>	13.075
5	Telur dan Susu/ <i>Eggs and milk</i>	19.024
6	Sayur-sayuran / <i>Vegetables</i>	23.949
7	Kacang-kacangan/ <i>Legumes</i>	8.443
8	Buah-buahan/ <i>Fruits</i>	15.443
9	Minyak dan Lemak/ <i>Oil and Fats</i>	12.344
10	Bahan Minuman/ <i>Beverages Stuffs</i>	10.934
11	Bumbu-bumbuan/ <i>Spices</i>	6.440
12	Konsumsi Lainnya/ <i>Miscellaneous food items</i>	6.962
13	Makanan dan Minuman Jadi/	80.532

	<i>Prepared food and baverages</i>	
14	Tembakau dan Sirih/ <i>Tobacco and betel</i>	39.038
	Jumlah Makanan/ <i>Total food</i>	323.478

Pengeluaran Bukan Makanan / *Non Food Expenditure* Perkapita Maret 2012

No	Kelompok Barang/ <i>Commodity Groups</i>	Pengeluaran/ <i>Expenditure</i>
1	Perumahan & fasilitas rumah tangga/ <i>Housing and household facility</i>	133.331
2	Barang dan jasa / <i>Goods and services</i>	112.980
3	Pakaian, alas kaki dan tutup kepala / <i>Clothing, footwear and headgear</i>	11.044
4	Barang-barang yang tahan lama/ <i>Durable goods</i>	32.597
5	Pajak dan asuransi / <i>Taxes and insurance</i>	9.361
6	Keperluan pesta dan upacara/ <i>Parties and ceremonies</i>	10.478
	Jumlah Bukan Makanan Total Non Food	309.791

Pengeluaran Energi Perkapita Pada Tahun 2003

No	Kelompok Barang/ <i>Commodity Groups</i>	Pengeluaran/ <i>Expenditure</i>
1	Listrik	21.916,5
2	LPG	4.327,8
3	Gas Bumi	104,0
4	Minyak Tanah	60.137,1
5	Arang	2.859,6
6	Kayu Bakar	217.463,2
	Total	357.808,2

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Ruth Olivia

Usia : 22 Tahun

Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 2 Januari 1996

Agama : Kristen Protestan

Alamat : Jl. Gongseng Raya G. Hj. Jipin RT 007/010 No.25

Email : oliviaruth@rocketmail.com

Riwayat Pendidikan :

1. SDS Pangudi Rahayu : 2001-2007
2. SMP Negeri 217 Jakarta : 2007-2010
3. SMA Budhi Warman 2 Jakarta : 2010-2013
4. S1 Pendidikan Tata Rias, Universitas Negeri Jakarta : 2013-2017